

الفصل الثاني

الإعلام ووظائفه والدور السياسي

تتضمن هذا الفصل:

- **مدخل الى الإعلام ووسائل الإعلام الجماهيرية**
- **تعريفات وشروط في الإعلام السياسي**
- **مبحث (١) الإعلام المعاصر. صفاته وخصائصه**
- **مبحث (٢) الدور الوظيفي للإعلام الحديث**
- **مبحث (٣) الإعلام السياسي وقوة التأثير الانتخابي**

من خلال وسائل الإعلام

مدخل إلى الإعلام ووسائل الإعلام الجماهيرية:

يشهد العالم اليوم اهتماماً متزايداً بالإعلام ورسالته، كما نشهد جميعاً بتطوير وسائله وتنوع أساليبه وتحديثها.. حتى وصل إلى مرحلة الأقمار الصناعية والتطوير الكبير فى أجهزة الاستقبال والإرسال الحديثة، وقد أدى ذلك إلى تمكين الإعلام من تحقيق رسالته على مدى أوسع وأعمق، مما يعكس تأكيداً عاماً على أهمية الإعلام الحديث وقدرته على أداء دور فعال فى مختلف القضايا الإنسانية ومنها قضايا التنمية وزيادة الإنتاج.^(١)

ويعتبر الإعلام بفلسفته الواسعة وبوسائله المتطورة أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تعين المواطن على معايشة عصره والتفاعل معه. ويؤدي الإعلام بوسائله المنتشرة على نطاق واسع - دور كبير فى طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمل من قيم مختلفة: علمية وعملية وتوصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير والنفوذ بذلك إلى العقل والوجدان والتأثير فيها.^(٢)

والإعلام وهذه خصائصه وبلا مبالغة فهو خليف بأن يوصف بأنه من أهم وسائل الاتصال الجماهيري من خلال وسائله المختلفة التي تعينه على تحقيق أهدافه والقيام بوظائفه وأدواره على أكمل وجه حين يستوعب القيم والمفاهيم العصرية ويتولى تقديمها للجماهير.. وعندما يتبنى كل ما هو حديث ومتطور ويعمل على نشره والتمهيد له..

فالإعلام قادر على أن يضع فى دائرة الضوء كل ما يعين الفرد على حركته الذاتية والتكيف وفقاً للمفاهيم السائدة والمعطيات فى مواجهة الحياة.^(٣)

وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ضرورية ومتلازمة بين حركة الحياة والعمل الإعلامي.

ولا شك إن قدرة وسائل الإعلام على الإقناع تنبع من وجود علاقة بينها وبين حضارة الانسانية لوسائل الإعلام المعاصرة بأماكنها التكنولوجية الحديثة هي إحدى مظاهر الأمم والشعوب فالإعلام حضارة.. لانه متصل.

وهذا يعني أن لغة الإعلام لغة حضارية تسعى للشرح والتفسير والتكامل الحضاري باعتبارها من أهم وسائل صوغ الفكر العالمي ونقل المعلومات في المجتمع البشري كله. وبالتالي صياغة الحضارة⁽⁴⁾. وذلك ببساطة عندما تعمل وسائل الإعلام على تركيز انتباه الجمهور على التحضر والاهتمام بمصطلح أو بلفظ جديد أو أسلوب جديد أو سلوك حضاري يؤدي إلى التحول العصري المنشود.

وهكذا فبانه من خلال استقراء التاريخ الإنساني، يتضح أن العلاقة وثيقة بين لغتي الإعلام والحضارة.. فالإعلام فنى حضاري بالضرورة يتصل بأسبابها ويعمل على ازدهارها.

إن نبيوع استخدام لفظ "الإعلام " في لغة الحضارة المعاصرة ليس مستحدثاً ولكنه يضرب بجذوره في مراحل تطور البشرية، فتطور بتطورها وجدد في وسائله ليحقق أهدافه النابعة من احتياجات الجماعة البشرية فالإعلام ضرورة حتمية يبنى طبقاً لمقتضيات نمو المجتمع وتنوع اختصاصاته وتعقد مشكلاته -ضرورة حتمية بعيدة، والإعلام يضع حلاً لصياغة المعرفة بصورة واقعية عملية بحيث لا يقع المجتمع في مجال الرؤية المباشرة لأحد ويلجأ إلى مفهوم يفهمه بعض الناس ولا يفهمه البعض الآخر.. فعملية الإعلام ليست إلا عملية ترمز، تتم بين المصدر

المرسل لها بوسيلة من الوسائل والمستقبل الذي يحل هذه الرموز ويفسرها^(٥).

وإذا كان الاتصال من خلال البعد المعاصر لم يعد فقط تبادلاً للأتباء والرسائل وإنما نشاطاً فريداً وجماعياً يشمل كل عمليات الأفكار والحقائق والبيانات والمشاركة فيها.. فإن هذا يعني تقدم الوظيفة الإعلامية على سائر الوظائف الأخرى. ذلك من خلال تخزين ومعالجة ونشر الأتباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية. والنظر تجاهها عن علم ومعرفة والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة^(٦).

والإعلام ليس تعبيراً ذاتياً من جانب المحرر أو المذيع أو رجل السينما أو التليفزيون وإنما هو تعبير موضوعي *subjective* قائم على الحقائق والأرقام والأخبار التي لا يرقى الشك في صحتها ولا يجوز أن يبنى على الأخبار الشخصية أو الأخبار التي أساسها الهوى أو الغرض.

والحقائق التي يبنى عليها الإعلام السليم يجب أن تكون معبرة تعبيراً صحيحاً عن عقلية الجماهير وعن ميولها واتجاهاتها ولا يكون ذلك إلا بتوخى الصدق في الإلقاء بالمعلومات التي تتصل بموضوع الإعلام ولا يتم ذلك بالطبع إلا على أساس التجربة الصحفية التي يبنى عليها رجل الإعلام كل أخباره ومعلوماته.

ومهما اختلف شكل الإعلام ومضمونه من مجتمع إلى آخر ومن زمان إلى آخر.. إلا أنه لا نختلف أبداً في عناصر تكوينه الثلاثية الأبعاد مرسل ومستقبل ووسيلة.. وإنما يعود الاختلاف بالدرجة الأولى إلى الأنظمة التي تسود هذه المجتمعات مثل الأنظمة السياسية والأنظمة الأيدلوجية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية.

وبخاصة تلك الأنظمة الأيدلوجية(العقائدية والفكرية) لأنها أكثر المجرّيات تأثيراً على السياسات المجتمعية .. والتي تحدد بداية مبادئها وأهدافها ...

ومن ثم تعمل الحكومات على اعتقال النظم الإعلامية السائدة لتعيد صياغتها وترسم استراتيجياتها وفقاً لأهدافها وتوجهاتها وبالتالي تحكم قبضتها على السياسات الإعلامية في هذه المجتمعات والدول - وتلك هي اللعبة المعتادة دائماً والمتعارف عليها من قبل صنّاع القرار في إطار النظم الحاكمة التي تختلف من مكان إلى آخر.

وجدير بالذكر أن حرية الممارسات الإعلامية ودرجة قوتها في التعبير عن إرادة الشعوب واشكالاتها.. أما يعود بالدرجة الأولى إلى درجة الديمقراطية التي تسود هذه المجتمعات.. وتختلف من مكان إلى آخر في المجتمع العالمي...

فالعالم كله قرية كونية واحدة تجمع أمم وشعوب وحضارات مختلفة. كل حسب موروثاته التاريخية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

ولقد تعددت وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة الكتاب - الخطبة - النشرة - الندوة - المؤتمر الصحفي أو العلمي أو الأدبي أو السياسي والمناظرة والصحيفة والسينما والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء .. وجميعها وسائل إعلام عرفت البشرية في أطوارها المختلفة وبُنيت كلها على حب الاستطلاع الإنساني الذي تطور بتأثير التطور التجاري من جانب والتطور السياسي من جانب آخر، ثم تأثير الدين ، هذا إلى جانب ظروف النشر والمخترعات الحديثة والثورة الصناعية ، ثم التكنولوجيا^(٧) التي أدت إلى سيطرة وانتشار كافة وسائل الإعلام الجماهيري من صحف وإذاعة

وتليفزيون.. ونظراً لانتشارها الواسع الضخم السريع العالمى.. فهى تخاطب كافة الشرائح البشرية ولهذا أطلق عليها وسائل الإعلام الجماهيري.

وإذا كان المقصود بالإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات والأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة التي تمكنهم من تكوين رأي صائب فيما يعن لهم من مشكلات، فهو بذلك يعبر عن عقليتهم واتجاهاتهم وميولهم - مستخدماً الإقناع عن طريق صحة المعلومات وبقية الأرقام والإحصاءات.. فهو إذاً تعبير موضوعي وغير ذاتي من جانب الإعلامي صحفياً كمن أو إذاعياً أو مشغلاً بالسينما أو التلفزيون.. إذ أنه يتصل بكل أفراد المجتمع دون اختيار، والجمهور هو الذي يحدد اختيار وسيلة الإعلام التي يناسبه مضمونها^(٨) ليتزود منها بحاجاته المعرفية أو ليتعرف من خلالها على مجريات قضية ما.. أو حدث معين.

وهذا يشير إلى أن الإعلام منهم وعملية تقوم على التنوير والتثقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجدانهم الجماعى فترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة ، وتخلق فيما بينهم مناخاً صحياً يمكنهم من الانسجام والتكيف والحركة النشطة. ومن ثم فإن الإعلام على هذا النحو يُعد عملية ووظيفة اجتماعية تهدف إلى تنوير الرأي العام الجماهيري ، وتبصير الجماعات على اختلاف مستوياتها وتنوع اهتماماتها ، وتعدد مناشطها بما يهيئها لفهم وتفسير الموضوعات والقضايا والمواقف التي تمس كافة المجريات والنواحي التي تتعلق بحياتها أو تهمها فكراً من سياسية واقتصادية وعلمية وفنية وأخلاقية وقيمية واجتماعية.. كما أنها تقدم التبرير العقلي والعاطفي والوجداني لاتجاهات الدولة ومواقفها إزاء الأحداث

الخارجية الدولية وتشرح تصرفاتها في خططها الإيمانية والإصلاحية بطريقة تربط الأفراد والهيئات الاجتماعية والجماعات بالمجتمع الذي تنتمي إليه بحيث تُشعر كل فرد بدوره وواجبه إزاء مجتمعه ، بل وتشعره بضرورة مشاركته الإيجابية في مناشطه الكثيرة ومساهمته في العمل على تقدمه وتطويره^(٩).

تعريفات وشروح فى الإعلام السياسى

حرصا على وضوح جميع جوانب الكتاب والإلمام بكافة مفرداته سواء اللغوية اللغوية أو المنهجية قمنا بإيراد بعض التعريفات لبعض المفاهيم والكلمات التى يصعب على القارئ العادى تفهمها مثل:
مفهوم كلمة قائمة - مفهوم كلمة صحافة - تعريف الصحافة - تعريف الإعلام والإعلام السياسى.

مفهوم كلمة قائمة:

كلمة قائمة يقابلها بالإنجليزية Agenda ومعناها تصنيف القضايا السياسية تبعاً للأهمية.

Aranking of Political Issues According

بمعنى وظيفة وضع الأولويات وهى تعنى قدرة وسائل الإتصال على توجيه الانتباه إلى موضوعات معينة^(١٠).

ومصطلح قائمة هنا يعنى (أولويات) وهو تأصيل علمى مأخوذ عن النظرية الأمريكية لوضع الأجندة:

Agenda Setting Theory

كلمة قائمة تعنى أجندة أى أولويات

أى أن قائمة = أجندة = أولويات

تعريف الإعلام:

الإعلام وسيلة تعمل على تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم - ومعنى ذلك أن الغاية من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك^(١١).

ويفسر لنا الدكتور عمر الطنوي الإعلام بأنه تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الإعلامي بمعلومات ذات أهمية أي معلومات جديرة بالنشر والنقل ثم تتوالى مراحلها، بجمع المعلومات من مصادرها، ونقلها، ثم التعامل معها وتحريرها ثم نشرها وتحليلها وإرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تليفزيونية أو طرف معني بها ومهتم بوثائقها. إذن لا بد من وجود شخص أو هيئة أو فئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها ويكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات وبين ميدان نشرها أو بثها^(١٢).

فالعملية الإعلامية إذا تعنى النقل للمعلومات من مرسل (بكر السين) إلى مرسل إليه (بفتح السين) بواسطة الوسائل الإعلامية المختلفة. وهذا ما يؤكد المعجم اللغوي فقد وردت كلمة إعلام بمعنى إخبار. أي الإخبار والتعريف.

وكذلك يقدم أوتوجروث Ottogroth تعريفاً للإعلام يقول فيه " أن الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت - فالإعلام تعبير موضوعي وليس ذاتياً من

جانب الإعلامى سواء كان صحفياً أو مديعاً أو مشتغلاً - بالسينما أو التلفزيون^(١٣).

وقد جاء التعبير الذي قدمه العلامة الألماني "أوتوجروت" معبراً تعبيراً موجزاً وشاملاً لمعنى الإعلام، فقد قال أوتوجروت في تعريفه للإعلام: "إنه التعبير الموضوعي لعقيدة الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"^(١٤) وهذا يعني أن الإعلام لابد أن يكون صادقاً، مجرد من الميول والأهواء غير متحيز، قائماً على أساس التجربة الصادقة ومنتشياً مع روح الجماهير والشعوب.

وهو أيضاً تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة والأخبار الصحيحة والحقائق الواضحة والنتائج المبنية على الأرقام والإحصاءات ولا يكون الإعلام صحيحاً ما لم يكن مبنياً على هذه الأسس^(١٥).

وقد جاء أيضاً في معنى الإعلام بأنه إخبار بشيء جديد أو غير متوقع، بمعنى إنه إجابة لسؤال فغدا نحصل على إجابة عن سؤال بعينه سواء بالنفسي أو بالإيجاب نكون قد تلقينا إعلاماً أو إخباراً بموقف معين، وقد يحمل الإعلام معنى الاختيار والانتقاء من بين عدة احتمالات ممكنة لموقف من المواقف، وذلك ببسطة لعدد من الحقائق المتصلة بكل احتمال من الاحتمالات ويترك للعقل الإنسانى حرية الاختيار والمفاضلة - كذلك قد يكون الإعلام ذا مضمون وصفى وذلك عندما يجزأ الموقف إلى جزئيات ليعطي للإنسان أكبر قدر ممكن من التفصيل الدقيق لمكونات الموقف حتى يراه كاملاً وبوضوح وهو ما نسميه بالإعلام البنائي *Structural information* أما الصور الأولى من الإعلام فنطلق عليها اسم الإعلام القياسى *Matriel information*^(١٦).

ولما كان قد ورد في الإعلام العديد من المفاهيم العربية والأجنبية الموسعة والشاملة والمتفرعة - إلا أن دراستنا هذه ليست مجالاً لها.. لهذا نكتفي هنا ونقتصر على ما أوردنا من أهم التعريفات للإعلام.

ومن ثم يمكن تعريف الإعلام على النحو التالي:

الإعلام هو تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق والأخبار الصحيحة الصادقة والواضحة حول موضوع ما أو قضية هامة أو أي أحداث أو مجريات تشغل تفكير الرأي العام سواء على الصعيد الداخلي المحلي أو على الصعيد الخارجي الإقليمي العربي أو الدولي.. أو هو: محاولة الإعلام إثارة مشكلة ما لدى الرأي العام على نحو قوي يؤدي إلى الجدل والنقاش والحوار الأمر الذي يتحقق معه المشاركة المطلوبة.. التي تكون نواة لخلق رأي عام حول هذه القضايا.

مفهوم الإعلام السياسي:

الإعلام السياسي هو فرع من فروع علم السياسة - لذلك رأت المؤلفة ضرورة الإشارة لمفهوم علم السياسة أولاً على أن يكون هذا التطرق بصورة موجزة غير موسعة - فقط على سبيل الإيضاح.

فعلم السياسة هو أحد العلوم الاجتماعية وهو يهتم بتعلم الحقائق وإدراكها وفهمها - وهناك علاقة وثيقة بين علم السياسة والعلوم الأخرى مثل التاريخ فالتاريخ يساعد عالم السياسة في تفهم الأحداث السياسية آخذاً في الاعتبار التطور التاريخي والسوابق التاريخية - وكذلك القانون فإن دارسيه يهتمون بالسياسة ودارسي السياسة يهتمون بالقانون فالحكومة

تهتم بصياغة القوانين وتنفيذها. كذلك هناك علاقة بين علم السياسة وعلم الأخلاق والفلسفة^(١٧).

وعلم السياسة هو الذي يتناول الأفكار السياسية والمؤسسات السياسية والعمليات السياسية - وقد يدرس الفكر السياسي آخذاً في الاعتبار الأشخاص والتاريخ مثل أفلاطون وأرسطو وابن خلدون ولوك وماركس وغيرهم، وهذا يطلق عليه تاريخ الفكر السياسي - وقد تدرس الأفكار السياسية من خلال موضوعات كالأيدلوجيات السياسية مثل الشيوعية والاشتراكية والفاشية والفوضوية والديمقراطية والحريات - وهذا ما يطلق عليه النظرية السياسية. أما المؤسسات السياسية فتشمل الحكومات والأحزاب وجماعات الضغط وجماعات المصالح وغيرها.. ودارسي السياسة يهتمون بالقانون، فالحكومة تهتم بصياغة القوانين.. وإذا كان القاتون في حالات كثيرة مجرد شكل أو واجهة لا ينفذ فإن علم السياسة يتعدى الشكل إلى التنفيذ^(١٨).

وأخيراً فالإعلام السياسي هو ذلك الجزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية^(١٩).

والإعلام السياسي أيضاً هو تلك الجهود الواعية لنشر أفكار ومعتقدات من أجل ترسيخ وجهة نظر الدولة في نفوس الشعب وبعد ذلك أجد الوسائل لتوطيد الحكم وفي حالة توجبه هذه الجهود الإعلامية إلى الخارج فتصبح دعاية سياسية من الدولة لخلق الصورة الذهنية الإيجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم وإنجازات هذه الدولة.

وذلك في حالة السلم، أما إذا استخدمت هذه الجهود الإعلامية في حالة الحرب مع أي طرف خارجي تصبح حرب نفسية ضد العدو بقصد التأثير في أفراده والنيل من مغنوباتهم بما يحقق الانهيار المعنوي في صفوفه^(٢٠).

مفهوم كلمة الصحافة:

إن كلمة الصحافة بمعناها المتعارف عليه اليوم لم تصل إلينا إلا على يد الشيخ نجيب الحداد (١٨٦٧ - ١٨٩٩) مُنشئ صحيفة "لسان العرب" في الإسكندرية وهو أول من استعمل لفظة الصحافة بمعنى "صناعة الصحف والكتابة فيها.. ومنها أخذت كلمة صحافي.. أما "صحفي" بضم الصاد فهو خطأ شائع إذ لا تجوز التسمية إلى الجمع في اللغة العربية ولكن الأصح هو صحفي (بفتح الصاد) نسبة إلى الصحيفة. وقد استعمل العرب الأقدمون كلمة صحفي بمعنى الوراق الذي ينقل عن الصحف، وقيل في ذلك "فلان أعلم الناس لولا أنه صحفي" بمعنى أنه ينقل عن الصحف. وقد عرفت الصحيفة الحديثة بأنها كل نشرة مطبوعة تشتمل على أخبار ومعارف عامة وتتضمن سير الحوادث والملاحظات والانتقادات التي تعبر عن مشاعر الرأي العام وتُعد للبيع في مواعيد دورية، وتعرض على الجمهور عن طريق الشراء أو الاشتراك^(٢١).

بعض التعريفات المعاصرة رأَت أن الصحافة تعني الاتصال بكل الحقائق *Factual Materials* والمراكز *situations*. والأفكار *Ideas* والآراء *opinions*^(٢٢) وهو تعريف وظيفية يسود في معظم الكتابات التي تناولت تعريف الصحافة في المجتمعات المختلفة. ويرى أن مثل هذه التعريفات لا تعتبر دليلاً ومرشداً كافياً في مجال الصحافة ودراسة الظواهر المرتبطة بها لعدة أسباب منها أنها تحد الباحث في الظاهرة الصحفية في حدود الممارسة المهنية أي ما يصدر عن الصحيفة ولذلك تظل موضوعات البحوث الصحفية محصورة في الإجابة على التساؤلات الخاصة بماذا قالت...؟ وماذا قدمت الصحيفة..؟

ووجد أن هذه التعريفات قد أغفلت فى مضمونها القائمة بهذه المهنة وهو الصحفي. وقد أغفلت أيضاً هذه التعريفات تلك السياقات والأطر التى تعمل فيها الصحافة وتناثر بها وتؤثر فيها.

وهذا يعنى النظر إلى الصحافة بوصفها عملية اجتماعية تسهم فى تحقيق عدد من الحاجات الاجتماعية التى يتطلع المجتمع إلى تحقيقها من خلال عدد من المؤسسات الاجتماعية ومنها المؤسسات الصحفية مهما اختلف الهدف من قيامها مرتبطة بطبيعة المجتمع واتجاهاته الاجتماعية (وتسهم أيضاً بوصفها عملية اجتماعية فى تحقيق عدد من الحاجات الفردية التى تجتمع لفئة من الفئات التى تشكل مجموع القراء أو جمهور العملية الصحفية)^(٢٣).

أيضاً هناك اتفاقاً كبيراً على اتخاذ معيار "المهنة" فى تناولها للصحافة سواء كان ذلك منسوباً إلى القائم بهذه المهنة، أو مجال النشر كتعريف المعجم الوسيط أو الموسوعة العربية الميسرة والموسوعة الثقافية أو تعريفها بنسبتها إلى طبيعة العمل والذى اكتفت به بعض الموسوعات الأجنبية وهو جمع ونشر الأخبار وإن لم تقصر هذه الموسوعات عملية جمع ونشر الأخبار على الصحف فقط، لكنها رأيت أنها وظيفة كل وسائل الإعلام الأخرى أيضاً.

وهناك أيضاً تعريفات أخرى معاصرة ترى أن الصحافة تعنى الاتصال بكل الحقائق *Factual Material* والمراكز *situation* والأفكار *ideas* والآراء *opinions*^(٢٤).

مبحث (١)

الإعلام المعاصر - صفاته وخصائصه

إذ كانت وظيفة الإعلام اختلفت وتشعبت وتعددت في إطار الوظيفة الاتصالية التي تطورت وتنوعت موضوعاً وهدفاً وذلك بفعل حركة التطور الإنساني على وجه العموم فهذا يعني إنها ولم تعد الوظيفة الإعلامية قاصرة على الأخبار والتسلية.. (فقد شهدت العقود الأربعة الأخيرة من هذا القرن -أي منذ أواخر الأربعينات - شهدت اهتماماً واضحاً وتناولاً جدياً للإعلام والاتصال الجماهيري، بمشكلاته وقضاياها وبحوثه وتأثيراته.. كما تزايدت في السنوات الأخيرة الجهود والدراسات التي أجريت في مجاله على مختلف المستويات الوطنية والإقليمية والدولية، وقد تمخضت هذه الجهود عن تأكيد الاعتراف بالدور الوظيفي الهائل والمتزايد والسريع والمتطور للإعلام والاتصال بالجماهير باعتباره عنصراً أساسياً من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع وبنية الاجتماعية والثقافية والتربوية والمعرفية والسياسية، كما تمخضت في نفس الوقت عن كشف الاستخدامات الحيوية للإعلام في شتى مجالات التنمية، وارتباده آفاقاً واسعة، وتطويره للتقنيات والمستحدثات التكنولوجية واستيعابه لها)^(٢٥)

صفات الإعلام المعاصر

والإعلام الحديث سواء كان عملية اتصال أم بما يحققه من نتائج اكتسب في هذه المرحلة:

من الصفات ما جعله متميزاً -

فهم كعملية اتصال: إعلام سريع، منظم مكثف، شامل مشترك.

ومن حيث نتائجه: فهو إعلامي، تعليمي، فعال، جماهيري، عنصر توجيهي وتقريب.

أولاً: كعملية اتصال:

- سريع

أي قادر على نقل والموضوعات والقضايا والأحداث في أسرع وقت ممكن.

- منظم

من صفات الإعلام الحديث أنه منظم.. والتنظيم هنا هو أساس الإعلام الحديث: حيث التنظيم في استقبال المعلومات وفي جمعها وفي بثها إذاعياً أو عرضها تليفزيونياً، أما على المستوى الصحفي فالعملية التنظيمية تتولى جمعها وكتاباتها وصياغتها بعد التأكد من صدق مصدرها وصحتها ومن ثم توزيعها على الأبواب المتخصصة في إطار العملية التحريرية، وكذلك تنظيم العمل الصحفي نفسه فهناك المخبر الصحفي، وهناك عامل صف الأحراف، وهناك مصحح الجريدة. ثم هناك اختصاصي في التحرير، ومحرر الأنباء المحلية والخارجية، ثم في الأنباء المحلية هناك.. أنباء اقتصادية وأخرى سياسية وهكذا فإن تقسيم العمل في حقل الإعلام هو صفة الإعلام الحديث، وصفة رئيسة من صفاته هي التنظيم^(٢١).

- مكثف

من صفات الإعلام المعاصر إنه يمكن تكثيف هذا الإعلام إذا ما احتال على قضية أو تبني موضوع ما من خلال الحملات

الإعلامية المتعددة في آن واحد بما يحقق ويكفل توجيه الرأي العام.

- شامل ومشارك

بمعنى أنه يتناول جوانب عديدة في حياة الشعوب والمجتمعات، فلم يعد الإعلام فقط تلك السلطة الرابعة، أي مجرد ثقل سياسي بل إنه يشمل جوانب الحياة كلها من سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ودينية وأدبية.. الخ.. ومشارك بمعنى إنه يتوجه لكافة القطاعات أو الشرائح الجماهيرية سواء أكان القارئ أو المشاهد أو المستمع عادياً أو من ذات الثقافة.

ثانياً: ومن حيث نتائج:

لقد وصلت نتائج الإعلام إلى مستوى من الخطورة تجسد في قدرته على تغيير المواقف وتكثيف الرأي العام وتحويل الاتجاهات كل هذا يجعل الإعلام سلاحاً خطيراً، سلباً وإيجاباً وواسع التأثير في الرأي العام فهو:

- إعلامي

أي ناقل للمعلومات من طرف إلى آخر إذ لا إعلام بدون نقل معلومات، والإعلام هنا يلتقي بالتعليم وإذا كان التعليم ذا أهمية بالغة فهي كافة حقول المعرفة فالإعلام الحديث أصبح له دور لا يُستهان به وواسع فهي العملية التعليمية بما ييسره من نقل للمعلومات.

- فعال وممرك

والإعلام الحديث من نتائجه أنه محرك للأفراد والجماعات والمقصود بذلك أن الإعلام بما يوفر من استنهاض همم أو إثارة عواطف أو مخاطبة عقول إنما يحرك القطاعات الجماهيرية تحريكاً واسعاً فالإعلام بشكل عام محرك للرأي العام ولكن الإعلام المعاصر أكثر تحريكاً - ويرجع ذلك إلى ما توفر له من تقنية متطورة في نقل المعلومات.

- جماهيري

والإعلام الحديث جماهيري نظراً لاتساع الدور الذي يؤديه على صعيد الرأي العام فمن خصائص الإعلام الحديث جماهيريته على صعيد الوطن الواحد أو على صعيد العالم كله فالجماهيرية هنا.. هي القاعدة العريضة التي يتوجه إليها الإعلام ويستطيع أن يثيرها وذلك بما لديه من وسائل إثارة.

- عنصر تقريب وتوجيه

فالإعلام يقرب بين المجتمعات والشعوب عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والاطباعات.. أما عن الدور التوجيهي للإعلام الحديث فقد أضحي بارزاً وأصبح واضحاً أن الإعلام الحديث أياً كان انتماؤه السياسي فهو يلعب دوراً في التوجيه بنسبة ما".

خصائص الإعلام المعاصر

حتى يؤدي الإعلام دوره على أكمل وجه وحتى تجيء الرسالة الإعلامية مؤثرة.. مثمرة، محققة الهدف المرجو منها، وخاصة بعد تصاعد

أهمية دور وسائل الإعلام في العصر الحديث - ترى المؤلفة أن هناك مجموعة من الخصائص ينبغي أن تنسحب على الإعلام كمنشأ اتصالي هام وعليه أن يعمل في إطار من الالتزام بهذه المعايير والخصائص المهمة وهي:

- ضرورة أن يكون الإعلام محايداً وموضوعياً بعيداً عن التحيز والأهواء والأغراض بشخصية للقائمين عليه.
- ألا يكون الإعلام خاضع لأي ضغوط في تمويله وإصداره حتى لا يؤثر ذلك على مضمون رسائله. كأن تكون الصحيفة مثلاً تابعة لهيئة ما أو جهاز أو أي جماعة مصالح لها اتجاهات خاصة وسياسات غير معننة.
- أن ينسم الإعلام بالصدق والدقة والصرامة، وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية، بعكس بعض أشكال الاتصال الأخرى التي لا تتوخى هذه الجوانب^(٢٧).
- إن تقدم الرسالة الإعلامية في إطار من البساطة والوضوح والبعد عن الغموض والتعقيد تجنباً لتشويش عقلية الجمهور أو بلبلة أفكارهم.
- ضرورة أن يعبر الإعلام عن عقلية جمهوره وروحها وميولها واتجاهاتها. دون التأثير بشخصيته الإعلاميين القائمين عليه.
- أن ينتهج الإعلام التبسيط والشرح والتوضيح للوقائع والحقائق.
- أيضاً من خصائص الإعلام المميزة له أن الجمهور والرأي العام يتأثر به متأثراً إيجابياً كرجع الصدى للرسالة الإعلامية

المنوطة باهتمام إحدى وسائل الإعلام تجاه قضية ما في فترة زمنية معينة.

- يتميز أيضاً الإعلام بأنه نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي مصدر المعلومات، والوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، وجمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، ورجع الأثر الإعلامي^(٢٨).

- ومن خصائص الإعلام أيضاً الوقوف في وجه احتمالات اللبس أو سوء الفهم لدى الأفراد وذلك عن طريق تقديم المعلومات الصادقة الواقعية التي تعالج شئونهم وأحوالهم وتجعل الباب مفتوحاً أمامهم لتناسب إليهم المعلومات المبصرة المرشدة^(٢٩).

- التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت أي أنه أداة للتخاطب الجيد الذي يناسب المستويات العقلية على اختلافها وذلك بالتعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام^(٣٠).

وهكذا يتضح مما سبق أن الإعلام قد أصبح من العلوم الحديثة له قواعد وأصول وفلسفة ونظرية. وجدير بالذكر أنه في الآونة الأخيرة أصبح علم الإعلام علماً مستقلاً بذاته وليس تابعاً.

مبحث (٢)

الدور الوظيفي للإعلام الحديث

الدور الوظيفي للإعلام الحديث:

والإعلام كما ذكرنا هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات وماجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة^(٣١).

ومن هذا التعريف الشامل المبسط للإعلام يتضح لنا عقيد وتشابك الدور الإعلامي من خلال مجموعة من الوظائف المتعددة والمتداخلة والتي تهتم وتخدم كافة أوجه النشاط الإنساني والحراك الاجتماعي في إطار هدف رئيسي للإعلام.. ألا وهو مساعدة الإنسانية على التطور.. ولا شك أن هذا الهدف جامع شامل.

ومن ثم نرى أن هناك مجموعة من الأدوار أو الوظائف أو الأهداف التي ينبغي أن يحرص عليها الإعلام من خلال القيام برسائلته، كما ينبغي أن ينفذ فاعلياته من أجلها ويعمل دؤوب على تحقيق ما لم ينتبه إليه من هذه الأهداف - ومن ثم تعتبر المؤلفة أن هذه الأدوار أو الأهداف هي من الضرورات ومن أهم وظائف الإعلام الحديث المعاصر.

وقد صنفنا كما يلي:

١- إشباع رغبة الجمهور في التعلم:

فهي من الوظائف المهمة التي تقع على عاتق الإعلام من خلال وسائله المختلفة "يؤكد على ذلك ليمان أن وسائل الإعلام هي مصدر رئيسي للمعرفة يزود الناس بالمعلومات عن عالم الشئون العامة"^(٣٢).

٢- تعبئة الجماهير والمماها بالفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي:

وهو الأمر الذي يدفع بالمجتمع الإنساني نحو التطور والإبداع وبخاصة من خلال جمهور المثقفين بما لهم من شخصيه وإرادة واتجاهات ومواقف اجتماعية، وكذلك تخصصهم وثقافتهم ومشاركتهم في الحياة العامة.

٣- دفع ودعم التنمية الوطنية والاقتصادية والاجتماعية:

فقد توصل ليهرت روجرز" في دراساته وأبحاثه التي أجراها في عام ١٩٦٢، ١٩٧٣، ١٩٧٦ إلى أن وسائل الإعلام هي أفضل وسيلة يمكن أن تستخدم لإحداث التغيير في المجتمع كما أنها يمكن أن تقوم بمهمة كبيرة عند إحداث التنمية وذلك بتزويد الجمهور بالمعلومات عن المستجدات في كافة المجالات"^(٣٣).

٤- التنمية السياسية:

وذلك من خلال أفراد مساحات جيدة تخصصها الرسالة الإعلامية للتعريف السياسي والتنشئة السياسية والإعلام السياسي ذي الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي. الإقليمي

والعالمى^(٣٤) كذلك تبصير الجمهور بأهمية المشاركة السياسية على أن يكون الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام على هذا الصعيد على أساس وفى إطار العلاقة الوثيقة بين البنيان الإعلامى وبنيان المجتمع وتطوره من خلال تعميق الشعور بالمسئولية لدى الأفراد والجماعات وتجسيد أهمية تواجدهم على الساحة السياسية حرصاً على مصالح الجماعة ومشاركة فى صنع القرار السياسى. وتحقيقاً للتلاحم بين الحكام والمحكومين.

وستتولى تقديم الوظيفة السياسية بشكل أوسع من خلال المبحث التالى باعتبار أن الدور السياسى الإعلامى هو موضوع هذه الرسالة..

٥- التوعية الوطنية:

إذ أن على وسائل الإعلام القيام بدور يُعد به فى تحقيق الوعى الوطنى^(٣٥) بالإضافة إلى تعميق روح الانتماء.. وذلك من خلال دعم الشعور بالوطنية وإنكاء مشاعر الانتماء الوطنى لدى الجماهير.

فهناك علاقة ارتباطيه بين وسائل الإعلام والتنمية الوطنية.

٦- إحداث التحول وتغيير الاتجاهات:

وذلك يعنى إن محاولات الإقناع المتتالية من أجل التحول وتغيير الاتجاهات من المهام الإعلامية البارزة التى تسعى وسائل الإعلام لتحقيقها عند اللزوم.

وذلك من أجل تهيئة المناخ لوحدة الأمة عن طريق تحقيق الانفتاح بين الشعب وقادته، وبين القادة والشعب.

٧- ترسيخ القيم الأصيلة الطيبة وتمذيبها وحقنها، ومخاربة المفاهيم والمعتقدات العقيمة الضارة ورفضها.

٨- نقل الأفكار والمعلومات وتوصيلها بالشكل المناسب ومن خلال الوسيلة المناسبة (صحافة - إذاعة - تليفزيون) كي يتحقق من خلالها الاستجابة المرجوة والسلوك المأمول من الجمهور^(٣٦).

وهذا يعني أن غاية كبيرة من الإعلام تكمن في توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف والمعلومات وإقناعهم بأن يسلكوا سلوكاً معيناً.

٩- التنشئة والتوعية الاجتماعية للفرد:

بمعنى أن يتولى الإعلام من جانب كبير في عملية التربية الفكرية السليمة للأفراد وتدريبهم العقلي على إصدار الأحكام السليمة في المواقف التي تتطلب ذلك.. من خلال عرض لمواقف مماثلة تستلهم حلولاً مثالية فتستدعي دائماً نشاطهم الذهني على هذا النحو الجيد من التفكير العقلي، وكذلك التنشئة الاجتماعية الصحيحة للأفراد من خلال إرسال قيم ومثُل تعمل هذه الوسائل الإعلامية على تسكينها بعقلية الفرد.. الأمر الذي يحقق في النهاية تنمية الإنسان فتثري تجاربه وتنمي خبراته. وتهينه فكراً ونفسياً وإيجابياً للتفاعل والمشاركة في بناء مجتمعه دون الإحساس بالملل من العمل والمشاركة الفعّية. فهي إذاً التوعية التي تسعى إلى حمل المواطنين على الإسهام في النهوض بالمجتمع.

١٠- دفع التطور الإنساني وتنمية الأمم:

الإعلام ضرورة من أجل التطور الإنساني.. فالإعلام بفلسفته الواسعة، ووسائله المتطورة يُعد من أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تعين المواطن على معايشة عصره والتفاعل معه. والإعلام بوسائله المنتشرة على نطاق واسع يؤدي دوراً كبيراً في طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمله من قيم مختلفة: علمية وعملية تعمل على توصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير والنفوذ بذلك إلى العقل والوجدان العام والتأثير فيه^(٣٧) وأن هذا يأتي من منطلق مهمة وسائل الإعلام ورسالتها الأولى التي قامت من أجلها وهي الاهتمام بالإنسان ومخاطبة الفكر الإنساني بكل عناصره العقلية والوجدانية والعاطفية.

فالإنسان هو محور الرسالة الإعلامية في كل زمان ومكان ومن خلال هذه الوسائل الإعلامية جاء الاهتمام في المجتمعات النامية بتطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة ومن التبعية إلى التقدمية ومن التواكل إلى الإقدام ومن الخوف إلى المغامرة ومن القدرية إلى التجريب ومن الفشل إلى الأمل ومن الضياع إلى التطلع ومن الاستكائة إلى الحركة والاعتماد على النفس^(٣٨).

ولقد ذهب فردريك هاريسون إلى أن تقدم أي أمة يتوقف أولاً وأساساً على تقدم أفرادها. وما لم تهتم الأمم بتنمية معنويات وقدرات أفرادها فلن تتقدم كثيراً مادياً أو اقتصادياً أو ثقافياً -لذلك فالمشكلة الأساسية لأغلب الدول النامية ليست فقر الموارد

الطبيعية، ولكن إهمال تنمية الموارد البشرية أي رأس مالها البشري^(٣٩).

١١- صياغة المجتمعات:

وهو من الوظائف المهمة التي ينبغي على وسائل الإعلام توليها حتى يبرز المجتمع الجماهيري كقوة لها وزنها في تسيير الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحيث تلعب وسائل الإعلام الجماهيري دورها في صياغة هذه المجتمعات. وبلورة قيمها واتجاهاتها وأيدلوجيتها، وخلق ثقافة خاصة بها - وإذا كان هذا هو دور وسائل الإعلام في الدول المتقدمة - فإن أهمية الإعلام تزداد وضوحاً في الدول النامية.. فالدول النامية تعمل جاهدة على تسخير كافة مواردها لدفع عجلة التنمية بارتفاع يمكنها من اللحاق في وقت قصير بركب الدول الأكثر نمواً والدول المتقدمة وهنا يبرز الإعلام كوسيلة هامة مساعدة على تحقيق ذلك على الأقل بخلق المناخ الصالح والمهيئ للتنمية الاجتماعية ولا بد أيضاً من أن يسلب الضوء على عملية الإعلام للكشف عن أبعادها وميكانيزماتها التي تساعد على خلق هذا المناخ وتساعد على التغلب على التبعات التي تحول دونها، أو تعترض عملية التنمية الاجتماعية.

١٢- خلق رأي عام:

أي مساعدة الجمهور في تكوين رأي عام سليم.. وإمداده بالقدرة على ذلك.. بعرض كافة الحقائق الثابتة أمامه وإمداده بكافة المعلومات والأخبار الصحيحة الدقيقة التي تساعد على تكوين رأي صائب في قضايا وموضوعات الساعة ومجريات الأمور والأحداث

التي يعايشها أو في موضوع بعينه.. فمهمة وسائل الإعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية المنوطة إلى أقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الكاملة بمجريات الأمور بما يحقق تنوير الرأي العام وبالتالي قدرته على تكوين رأي عام صائب وبناء تجاه الموضوعات والقضايا المثارة والمطروحة كما ذكرنا من قبل.

١٣- حث الفرد على الانتماء الوطني والولاء القومي:

والولاء القومي للفرد هو موضوع غاية في الخطورة في موضوعات السياسة الإعلامية على المستوى القومي.. وذلك في إطار تصدي السياسة العربية للتأثيرات البعيدة لوسائل الإعلام الدولي على عقل الفرد العربي.. حتى لا يضعف لديه الشعور بالانتماء القومي والإيمان بوحدة الأمة ورسالتها الحضارية^(١٠).

١٤- خلق الشخصية الإيجابية:

وهي تلك الشخصية النشطة في التفاعل الإنساني والتي تتقبل بسهولة تفهم حضارات الأمم الأخرى وتعمل على اللحاق بركب التطور في مرونة ورغبة صادقة.

١٥- نقل حضارات الأمم الأخرى:

من خلال التكنولوجيا المبهرة القائمة على الصوت والصورة والحركة السريعة.. في نقل كافة مشاهد التطور والإنجاز في مختلف المجالات.. وهذا يعني الانفتاح على الأمم وهو الأمر الذي يسحب معه الشعوب الراكدة والأمم المتخلفة إلى ركب

الحضارة والحقاقتطور بعد التشبع بروح الغيرة الشريفة والنزوع إلى التنافس البناء.

١٦- دعم القيم الروحية والأبدلوجية:

في إطار تعبئة الجماهير وإلهامها بالمثل والفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي وتغذية العقل والوجدان بالمبادئ الروحية التي تنزع بالإنسان إلى الاستقامة والجد وحب الدين والتوجه إلى الله بصدق ويقين وهذا أمر عليه صلاح الأمم ورفعتها.

١٧- الضبط الاجتماعي:

أحياتاً تصبح وسائل الإعلام قادرة على أن تخلق نوعاً من البيئة الصورية بين الإنسان والعالم الموضوعي الحقيقي. ولهذه النظرة معانيها الهامة عن دور وسائل الإعلام في المجتمع. ولقد أضافت وسائل الإعلام السرعة والشمول والانتشار إلى الدور التقليدي للاتصالات، وذلك فإته ينظر إلى وسائل الإعلام أحياتاً على أنها تغلف الإنسان الحديث بنوع من الواقع البديل.. ومن ناحية أخرى ينظر إلى أجهزة الإعلام عموماً باعتبارها إحدى الوسائل التي تمارس عن طريقها المؤسسات الحاكمة.. الضبط الاجتماعي^(١١).

والضبط الاجتماعي عن طريق وسائل الإعلام له من الاتساع والتأثير ما يجعل بعض المراقبين يعتقدون أنه سمة وسائل الإعلام ومهمتها الرئيسية. مثال ذلك جوزيف كلاير يرى الذي أطلق على عملية الضبط الاجتماعي اصطلاح "هندسة الرضا"^(١٢) أيضاً بول لارنسفيك وروبرت ميرتون. وهم من العلماء الذين أكدوا على

أن الإرغام قد أخذ يتوارى ليحل محله الإقناع الحائز عن طريق وسائل الإعلام وهذا يعنى أن وسائل الإعلام أحدثت تغيراً في أنواع الضبط الاجتماعي .. وقد ذهب آنيس وماكلومان إلى إسناد تلك القوة الكبيرة إلى وسائل الإعلام، كأداة قوية للضبط الاجتماعي. ونراعاً للنظام الحاكم في المجتمعات^(١٣).

١٨- خلق الثقة:

فوسائل الإعلام بما تتبناه من القيم والتعليمات الأخلاقية والمثل العليا.. وبما تنتهجه من بث لقواعد التنشئة الاجتماعية للأفراد والجماعات تتمكن في النهاية من غرس عادات وسلوكيات صالحة تنزع بالأفراد إلى المشاركة والإيجابية والطموح الفاعل المحرك النشط بل وتولد الثقة في النفس وفي الآخرين كأن تخلق الثقة بين الحاكم والمحكوم وبين أفراد الشعب.. ليسعى الجميع في النهاية لتطوير الأمة والنهوض بها.

١٩- التحديث:

تقوم وسائل الإعلام بدور يُعتد به في التحديث *Modernlization* من خلال المساهمة في إيجاد بنى تلاحق التطور وتأخذ بزمامه وتستجيب له بالإضافة إلى التطور في القيم والمعتقدات، ويرتبط بالتحديث ببناء الأمة *Nation buildin* كهدف للسياسة العامة هذا البناء جزء من عملية التغير للوصول في النهاية إلى المجتمع الحديث - ففي هذا الصدد نجد أن وسائل الإعلام تعد محركات *movers* للتنمية، بالإضافة إلى مساهمتها في تعميق الشعور الوطني والديني^(١٤)

مبحث (٣)

**الإعلام السياسي وقوة التأثير الإقناعي من خلال
وسائل الإعلام**

○ وسائل الإعلام وقدرتها التأثير السياسي:

إن وسائل الإعلام على المحيط السياسي تقوم بدور حارس البوابة أو الناقل للأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية. فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة وفي نفس الوقت تعمل على إقصاء الأفكار التي تعوق مسيرة التنمية السياسية، وهذا بالإضافة إلى كونها منبر سياسي للتطعيم والتنشئة والتثقيف 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 أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية.. (فالبيئة السياسية تُبنى من قبل وسائل الإعلام.. ووسائل الإعلام هي التي تعرفنا بهذا الواقع)^(٤٥).

وقد جاءت الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام كما حددها جانوتس *Janowitz* على أنها إضفاء صفة شرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد أفكار ومفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي^(٤٦) أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة بشكل يقدم القضايا والمعلومات والموضوعات السياسية في كل متماسك من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح للحقائق، مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية هذه القضايا فتعبّر بوضوح عن الواقع السياسي وتعكسه بدقة وتهتم بالتنشئة السياسية والتعبير عن المصالح وتجميع المصالح والدفاع عنها وتحقيق التكامل بين جماعات المجتمع المختلفة. كل ذلك في إطار الوظيفة السياسية.

إن الإعلام أصبح وظيفة سياسية اتخاها بالدرجة الأولى حيث يتولى عملية الاقناع الجماهيري فقد أصبح هناك فرقاً كبيراً بين مضامين الرسالة الإعلامية عما كانت عليه قبل عقدين وبين ما هي عليه اليوم.. فالمضمون السياسي للمادة الإعلامية المنبثقة والمكتوبة في وسائل الإعلام العربية يطغى على ما سواه..

وأصبحت مادة الإعلام السياسي تشكل في وسائل الإعلام من محطات إذاعية مسموعة ومرئية وصحافة مكتوبة نسبة عالية جداً.. بل إن الهيمنة الحكومية على وسائل الإعلام في البلاد العربية تفسر لنا الطبيعة السياسية للوظيفة الاتصالية لهذه الوسائل^(٤٧).

وجدير بالذكر أن طريقة طرح المجريات والأحداث على الجماهير في صورة حملات سياسية إنما تسهل عملية نشر الإعلام السياسي، وتوصيل الرسالة المعنية من قبل صناع القرار بزكاء اعلامي شديد إحيانا - والذي يجوز أن نطلق عليه في بعض المواقف فرض اعلامي نكي ومهذب لانه يبدو تلقائياً وغير مقصود في ظاهره..

وهو الأمر الذي يحمل الفرد على تركيز انتباهه ويجذبه ويثير اهتمامه ويشغل تفكيره، فينقل بالرسالة ويتفاعل معها مما قد يصل به في النهاية على درجة من الإقناع أو على حد الاقتناع الكامل لموضوع الرسالة الإعلامية الموجهة.

وهذه العملية تدرج الفرد على التعود على وسائل الإعلام التي عودته أن تصب في تفكيره بنبهاته ومثيراته الفكرية.

وهو الأمر الذي يتحول بالفرد من نمط التعليم الذهني إلى نمط البحث عن الإعلام خلال وسائل الإعلام^(٤٨).

هذا وقد أكد ماكومبس وويلير في دراسة قاما بها عام ١٩٧٣ أنه كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجه السياسي، زاد تعرضه للمضمون

السياسي لوسائل الإعلام وزادت درجة الاتفاق بين أولويات اهتماماته وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام^(١٩).

١- إن المواطن في المجتمعات المعاصرة يتعرض اليوم وعلى نطاق واسع ومستمر لفقرات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحملها إليه مختلف قنوات الاتصال الجماهيري. ولا يكاد يمر يوم دون أن تظهر هذه المضايق السياسية في التلفزيون والصحف والمجلات وعلى موجات الإذاعة^(٢٠).

فضلاً عن ذلك فإن التصرفات ومظاهر السلوك السياسي ذات طابع اتصالي في الأساس، أو على حد تعبير ريتشارد فاغن فإن كل سلوك سياسي يتضمن نشاطاً اتصالياً من نوع ما^(٢١).. بل بات أمر يقيني ومؤكد أن لوسائل الإعلام قدرات تأثيرية تحمل الأفراد على التصرف في هذا الاتجاه أو ذلك.. إن وسائل الإعلام وبلا مبالغة هي التي تساعد على شخصنة الحياة السياسية.. ففي كل الأزمنة دمغت الشخصيات بطابعها السياسي.. فالشخصية الإعلامية قد تولد عن الدور السياسي لرجل السياسة الذي تلقى عليه وسائل الإعلام الأضواء وتميط اللثام عن شخصيته السياسية.. بل وتضخمها إلى حد تحويلها إلى عامل أساسي في التركيب السياسي، فمثلاً المحادثات قرب الموقد والتي كان يجريها فرانكلين روزفلت، سنة ١٩٣٦ في الولايات المتحدة، وبيار منديس فرانس سنة ١٩٥٤، في فرنسا قد استمع لها قسم كبير من الرأي العام - كذلك كان جون كيندي والجنرال ديغول من الشخصيات المقدسة بالنسبة لوسائل الإعلام لضرورات عملهما السياسي وقد نجحت وسائل

الإعلام في إبراز وتعظيم شخصيتهما كما أرادت هذه الوسائل.. وهكذا فإن لوسائل الإعلام قدرات عالية في إبراز المجهولون وجعلهم شعبيين معروفين بمجرد إلقاء الأضواء عليهم من خلال التليفزيون أو الصحافة أو الإذاعة.. (٥٢).

والتغيير الإعلامي يؤدي إلى التغيير السياسي:

إن يلاحظ وجود علاقة بين التغيير الإعلامي *Communication change* والتغيير السياسي *Political change* فالإعلام وما يرتبط به من وسائل ومضمون وأدوات يؤثر في التغيير السياسي، وذلك بتطوير القيم والمعتقدات السياسية وذلك في إطار الاتجاه نحو المجتمع الحديث، أي أن أنماط الإعلام من خلال الدور السياسي الذي يلعبه على صعيد الوظيفة السياسية - تؤثر في عملية التغيير السياسي^(٥٣) وهذا يعني بدوره أن هناك علاقة بين النمو السريع في وسائل الإعلام وتزايد المشاركة السياسية *Political Participation* إذ أن النمو السريع ينمي من المدركات السياسية للجماهير، وبالتالي يزداد تفاعلها في الحياة السياسية.

وهذا يؤكد كما سبق وأشرنا إلى دور وسائل الإعلام الذي لا يستهان به في محيط التنشئة السياسية للأفراد *Political Socialization* وما يرتبط بها من بث أنماط سلوك وتجارب سياسية وقيم ومعتقدات ومعارف وتثقيف سياسي.

الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام:

أصبحت الوظيفة الإخبارية اليوم هي أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في كل الأنظمة الإعلامية على اختلاف فلسفاتها، ولقد أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى شديد الاهتمام بما يجري حوله، فالأخبار

اليوم تنطوي على كثير من الحقائق التي تؤثر على حياتنا وتبنى عليها القرارات^(٥٤).

إن الخبر اليوم أصبح عاملاً هاماً من العوامل المؤثرة في كافة مجالات الحياة السياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، هذا بالإضافة إلى آثاره النفسية والاجتماعية على الفرد أو الجماعة أو الأمة، وهو مسئولية كبرى يتحملها أولئك الذين يعملون في مجال الأخبار في كل وسائل الإعلام على اختلافها (مقروءة. مسموعة. مسموعة ومرئية)، وذلك لأهمية الخبر الذي كان ولا يزال أهم فنون الإعلام تأثيراً في الرأي العام.. ويؤكد العلماء على أن الوظيفة الإخبارية هي التي تستطيع وسائل الإعلام أن تؤديها مباشرة وبكفاءة وبدون وسائل الإعلام يصعب أداء هذه المهمة الأساسية في أي مجتمع^(٥٥) وجدير بالذكر أن الوظيفة الإخبارية هي من أقدم الوظائف التي قامت من أجلها وسائل الإعلام في الشرق أو الغرب على السواء، وأن التأثيرات الناتجة عن التعرض للمادة الإخبارية في وسائل الإعلام أصبحت واسعة المدى فالوظيفة الإخبارية أصبحت تأخذ على عاتقها مهمة الإعلام السياسي بالدرجة الأولى، ويشير إلى ذلك تزايد معدلات استهلاك الأخبار لدى الجمهور في بلادنا حتى أصبح ذلك ظاهرة واضحة جداً خاصة في الآونة الأخيرة.. الأمر الذي يعكس لنا تعظيم الدور الإخباري لوسائل الإعلام^(٥٦).

* استخلاصات *

واخيرا نسرى من الضروري أن يراعى واضعى السياسات الاعلامية للحقائق التالية والتي يمكن أن تطلق عليها مسلمات :

- أن الإعلام من العلوم الحديثة له قواعد وأصول وفلسفة ونظرية، وهو منهج وعملية تقوم على الاهتمام بالجانب الإنساني في الفرد، فيجب أن يعمل على مخاطبة عقله الإنسان من خلال تعليمه وتربيته وتنقيفه وتزويده بالوعي في المجالات المتنوعة، وهذا ما يطلق عليه تنمية العنصر البشري، أي أنه منهج وعملية تقوم على التنوير والتنقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجداتهم الجماعي فترفع مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة وتخلق فيما بينهم مناخاً صحياً يمكنهم من الاتسجام والتنكيف والحركة النشطة. وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطيه ضرورية ومتلازمة بين حركة الحياة والعمل الإعلامي.

- الإعلام هو إحدى وظائف الاتصال الجماهيري مثل التعليم والترفيه وتغيير الاتجاهات وهو يعمل على تنوير الرأي العام الجماهيري ليعينه على التطور وذلك بإمداده بالمعلومات المختلفة - وتفسير المواقف الغامضة وأخباره بالمجريات والأحداث في شتى النواحي من سياسية واقتصادية واجتماعية.. وهو الأمر الذي يعكس قدرة الإعلام على أن يلعب دور فعال في القضايا الإنسانية والدولية والقومية وقضايا التنمية.

- إن هذه الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام قد أخذت في التعاظم في إطار المتغيرات الواسعة التي أخذت تكتنف محيط الحياة العصرية من تطورات تكنولوجية مذهلة وتقنيات إعلامية حديثة.

- إن الإعلام المعاصر بما يشهده اليوم من مظاهر الاهتمام العالية من خلال تحديث أشكاله وتطوير أساليبه.. أصبح متمكناً من أداء دوره وتحقيق أهدافه ووظائفه بتفوق.. وهو الأمر الذي يعكس لنا مدى فاعلية هذه الوسائل من خلال تزايد حاجة الأفراد لهذه الوظائف.. وكذلك الإحساس المطلق من قبل الجمهور بعدم إمكانية الاستغناء عنها.. لأنها تمدّه بشتى ألوان المعارف والمهارات وتشبع حاجاته المعرفية والتعليمية في شتى المجالات والشئون العامة.

- بات جلياً أن الدور السياسي لوسائل الإعلام صار من الوظائف والأوار المهمة التي توليها هذه الوسائل الجماهيرية اهتماماً واسعاً ومكثفاً ودقيقاً من خلال إرسال مضامين تهدف إلى التثقيف السياسي والتجنيد السياسي والإعلام السياسي وذلك بالشكل الإعلامي المناسب ومن خلال القنوات الإعلامية المناسبة والتي تتكامل في النهاية في إطار أداء هذه الرسالة الهامة (من صحف. إذاعات. تليفزيون).

- إن الإعلام السياسي أصبح يقوم بدور لا يُستهان به في عملية صنع القرارات فهو موصل جيد بين صناع القرار والجمهور المتلقي والعكس، الأمر الذي يرسخ دور الإعلام على الصعيد

السياسي، ويدعم قدرتها على تحويل الفرد إلى القدرة على المشاركة السياسية.

- ضرورة الربط بين درجة النمو الاقتصادي ودرجة النمو الإعلامي.

- تعاضد الدور السياسي لوسائل الإعلام من خلال تعاضد الدور الإخباري الذي هو جوهر العملية الإعلامية، وبهذا تصبح وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي لإشباع حاجات الجمهور السياسية ويصبح الإعلام أداة سياسية ووظيفة سياسية بالدرجة الأولى.

مراجع الفصل الثاني

- (١) موسوعة المجالس القومية المتخصصة. المجلد الثاني عشر (رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة ١٩٧٤ - ١٩٩٠) ص ١٩٩.
- (٢) السياسة الإعلامية، دراسات وتوصيات، الجزء الأول (سلسلة دراسات تصدرها المجالس القومية المتخصصة، (٢٩)، د. ت) ص ٩.
- (٣) المرجع السابق. نفس الصفحة.
- (٤)، (٥) عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة (بيروت: دار الجبل، د. ت) ص ٦٨:٦٤
- (٦) أثور السباعي، التخطيط الإعلامي السياسي (دمشق: القيادة العامة للجيش، ١٩٧١) ص ٣٨.
- (٧) محمود متولي ولطفي عبد القادر، مرجع سابق، ص ٣٢، ٣٣.
- (٨) عبد العزيز شرف، مرجع سابق ص ٦٣.
- (٩) أحمد النكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٤) ص ٨٧-٩٧.
- (10) Wemer . Z. Servein James, Communication Theories, Arigins, Us op . cit . 253
- (11) Otiosroth Die Unekun Nte Kunte Kultumacht, Berlinc, de Bruyet, 1961) p . 221
- (١٢) عبد اللطيف حمزه، الإعلام والدعاية (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٤) ص ٣٧
- (١٤) محي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير والرأى العام، والأصول والفنون (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٩٣) ص ٧٤.
- (١٥) عبد اللطيف حمزة ، الإعلام والدعاية (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٨٤) ص ٣٧
- (16) Look :
Donald M .Mackay, Information, Mechanism and Meaing The m.i.t Press Mass Achusetts 1972 . p10-14 .

(١٧) ، (١٨) محمد على محمد، العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٨) ص ٤، ٥
(١٩)، (٢٠) المرجع السابق نفسه، ص ٢٣، ٢٤.

(21) Donald M. Mackay , Information, Mechanism and Meaing The M . I . T Press Mass Achusetts 1972. p.39-40 .

(٢٢) ، (٢٣) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة (القاهرة : عالم الكتب ١٩٩٢) ص ٢٣، ٢٤.

(24) Halsey William Detal , (Eds) Colliers - Ency - Clopedia , London , Macmillan Education Corportion and P. f co llier . 1976 Vol 13 P. P 642 - 645 .

(٢٥) ، (٢٦) محمد معوض، الخير في وسائل الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٤) ص ٣٢ ، ٣٣ .

(٢٧) ، (٢٨) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير ، مرجع سابق، ص ٢٢ .

(٢٩) ولبرشرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة يحيى أبو بكر، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، ١٩٧٠) ص ١١٩ .

(٣٠) أنظر: عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٦٨) ص ٢٣ .

(٣١) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير، مرجع سابق، ص ٢٢ .
(٣٢) محمود متولي، لطفى عبدا لقادر، مرجع سابق، ص ٤٩ .

(33) Denis Mequail , Mass Communication Ttheory , An Introduction (London : Sage , publication , 1984) ,P .41.

(٣٤) محيي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير والرأي العام، مرجع سابق، ص ٢٣ .
(٣٥) محمد علي العويني، الإعلام السياسي العربي المعاصر (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٥) ص ٢٥ .

(36) Rivels William .Mass Media universal Book stall , (Delhi , 1963 .) P . 3 .

(٣٧) في السياسة الإعلامية، دراسات وتوصيات، مرجع سابق، ص ٩ .

(٣٨) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بال جماهير، مرجع سابق، ص ٣٦٩ .

(٣٩) أحمد النكلاوي، المدخل السسيولوجي للإعلام (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٧٤) ص ١٨٣.

(٤٠) محيي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجمهور والرأى العام، مرجع سابق، ص ٢٣.
(٤١)، (٤٢) انظر: محمود متولي و لطفى عبدالقادر، مرجع سابق، ص ٤٩.
(٤٣) انظر: وليام ل. ريفرز وآخرون، مرجع سابق، ص ٤٦ / ٥٢.
(٤٤) راجع:

- محمد علي العويني، الإعلام السياسي العربي المعاصر (القاهرة، مكتبة الأجلو المصرية، ١٩٨٥) ص ٢٥ - ٣١.

(٤٥) العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين، مرجع سابق، ص ٦٠.

(46) Look:

W. Lance Bennet , James David Barber (eds.) Public opinion in American politics, (New Ylrk, Harcout Brace Jouanouich 1980) P P. 3 : 8

(٤٧) محمد مصالحة، مرجع سابق. ص ١١٤ - ١١٥.

(٤٨) عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، مرجع سابق، ص ٧٤.

(٤٩) أنظر:

وهو تعريف عن دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية:

- Political Sociolization in International Encyclopedia of the Social Sience , Vol 14 , P. 281 .

- D .H Weaver , D . A . Graber and M . E Mccombs , Agenda – Settinging – Debates (Bloomington : Indiana university press - 1976) P .181 .

(50) Sinady Krus & Dennis Davis , Op . Cit , P . 1 .

(51) Richard R. Fagen , Politics and Communication , op . Cit , P . 17 .

(٥٢) هـ ش - شروبر وآخرون، مرجع سابق. ص ٤٩ ، ٥١.

(٥٣) محمد علي العويني، الإعلام السياسي العربي المعاصر، مرجع سابق ص ٢٥ - ٢٧.

(54) Bium Ler . Jay , G ., and Elihy Katz – The uses of Mass Communicationons : Curent pers ,

pectives on Gratifications Research Beverly Hiuls
: Sage , 1979 , p . 13 .

(٥٥) محمد معوض، مرجع سابق، ص ٦١ .

(٥٦) حمدي حسن، مرجع سابق، ص ٤٣ .