

الكتاب الثالث

الرأى العام و لاتصال

- تعريف الرأى العام .
- الرأى والاتجاه والسلوك .
- الجماعات الاولى والجماعات الثانوية .
- استقرار الرأى العام .
- تفسير الرأى العام .
- ظواهر الرأى العام .
- العلاقة بين اللغة والرأى العام .
- جماعات الرأى العام .
- تأثير وسائل الاعلام على الرأى العام .
- العلاقة بين الرأى العام والسياسة العامة .
- قياس الرأى العام .
- الثورة فى وسائل الاتصال .
- عناصر العملية الاتصالية .
- النظريات المعاصرة فى الاتصال الجماهيرى .
- تعريف الاعلام التولى .
- اهداف الاعلام التولى ووظائفه .
- الاعلام التولى والتولى النامية .
- الاعلام التولى وادارة الصراع .
- الاعلام التولى فى اطار السياسة الخارجية .
- الاعلام التولى فى اطار المنظمات التولية .
- الاعلام التولى وافتقارهم التولى .

تصريف الرأى العام

يلاحظ أن كلمة « عام » public لها معانى مختلفة وفقا لمقتضيات استعمالها ، وكما ذهب Well عام ١٩١٣ م الى أن الاجماع unanimity ليس لازما لوصف الرأى بأنه عام . ولا يلزم للرأى أن يؤيده أغلبية من العامة a majority of the public لوصفه بأنه رأى عام .

ومن الأهمية أن نميز بين الجمهور الخاص special public والجمهور العام general public

فمعظم الدراسات لا تهتم بالجمهور العام ، ولكن فى معظم المشاكل يوجد جمهور خاص ، وهم البشر الذين لديهم اهتمام خاص فى الموضوع الذى تتم مناقشته . وعلى هذا الأساس فان Key يقدم ما يسميه تعريفا عمليا للرأى العام .

فالرأى العام يقصد به الآراء الخاصة بأشخاص معينين ، وتجد الحكومة أنه من الملائم الاهتمام بها .

He states that public opinion may be simply taken to mean those opinions held by private persons which governments find it prudent to heed.

ويرى البعض أن الرأى يمكن أن يصبح عاما عندما يتعلق بقضية أو حدث ذات اهتمام عام (١) .

(1) Susan welch and John Comer, *Public Opinion, its formation, Measurement and Impact*, California, May field publishing Company, 1975. PP. 4 - 6.

وهناك من يعرف الرأى العام بأنه مجموعة معقدة من التفضيلات يعبر عنها عدد يعتد به من البشر تجاه قضية ذات اهتمام عام :

Public opinion ist he complex of preferences expressed by significant number of people on an issue of general importance (1).

ويقال : ان روسو أول مفكر سياسى حديث قدم تحليلا دقيقا للرأى العام وقد ذهب الى أى الرأى ليستمد جذوره من العلاقات الاجتماعية وليس من قوى طبيعية ، أو ما وراء الطبيعة ، وأن الحكومات تصنع الآراء .

وهناك خمسة عوامل تؤخذ فى الاعتبار عند التعرض للرأى العام وهى :

١ - وجود قضية : -

يفترض تكوين الرأى العام وجود قضية ، وبالتالي يصفها ، وفى هذا الصدد وصف البعض الرأى العام بأنه أكبر كذبة فى العالم . وان كان هذا غير دقيق .

٢ - طبيعة الجماهير : The nature of publics

أى وجود جماعة من البشر مهتمة بالمشكلة ، فمن الأهمية الاهتمام بالمشكلة وآراء الجماهير التى تتجمع حول المشكلة ، ويلاحظ أن تكوين واعادة تكوين الجماهير ، بالاضافة الى الرأى العام تتأثر بالحياة السياسية

٣ - مجموعة معقدة من التفضيلات بين الجماهير :

The complex of preferences in the publics.

وهذا يشير الى مدى شمولية الآراء تجاه قضية معينة من قبل الجماهير - ويشير هذا التعبير الى الآراء الفردية التى يمكن قياسها تجاه

(1) Bernard Hennessy, *Essentials of Public Opinion*, Mass a chusetts, Dux bury press, 1975, P. 1.

القضية محور الموضوع .

٤ - التعبير عن الرأي : The Expression of Opinion

أى التعبير عن الآراء المختلفة التى تتجنى حول قضية معينة ، سواء من خلال الكلمة المطبوعة أو المذاعة أو غيرها .

٥ - مجموعة من البشر متورطون فى الموضوع :

number of people involved

أى حجم الجماهير المهتمة بالقضية .

وليس من الضرورى أن تكون أغلبية الجماهير المتأثرة بالقضية رأيا

تجاهها ، وربما يكون من النادر وجود آراء واضحة للأغلبية .

ونحن نميل الى الرأي الذى يقول ان الرأي العام هو خلاصة الرأي

السائد بين مجموعة من البشر تجاه قضية معينة ، فى وقت معين ، وليس من

الضرورى أن يكون هذا الرأي هو رأى الأغلبية ، فقد يكون فى البداية رأى فرد

أو عدد قليل من الأفراد ، وبالتفاعل بين الأفراد يتطور هذا الرأى ليكون رأيا

عاما ، وهذا يبين عدم صحة ما يقال ان الرأى هو رأى الأغلبية فى كافة

الأحوال .



الرأى والاتجاه والسلوك (١)

يمكن تعريف الاتجاه attitude بأنه الاستعداد لاتخاذ موقف معين ، أو لرد فعل بمسكن معين ، أى ميل الفرد لاتخاذ موقف معين أو استعداداه لممارسة نشاط معين .

أما الحكم Judgment فهى اتخاذ موقف معين ، بمسء دراسة الملايسات الخاصة به .

أما الرأى opinion فهو اتخاذ موقف فعلى ، أى يتضمن التعبير عن وجهة نظر معينة .

والسلوك Behavior فهو مجموعة الملايسات الفعلية المرتبطة بالفرد مثل الانضمام لحزب سياسى ، أو كتابة موضوع معين ، أو الاشتراك فى جماعة معينة .

أى ان الرأى عادة ما يتمشى مع الاتجاه ، وقد ذهب الكتاب الأوائل الى أن الاتجاه يتمشى مع السلوك والرأى ، ولكن الأبحاث اللاحقة أثبتت غير ذلك ، اذ ليس من اللازم أن تتحول المواقف الى أفعال ، وليس من اللازم أن يتصرف الفرد وفقاً لمعتقداته ، ففى كثير من الحالات لا يتمشى السلوك مع الاتجاهات والآراء . . .

وإذا كان علماء النفس الاجتماعى يميزون بين الآراء والاتجاهات ، فان البعض يرى أن هذا التمييز قليل الأهمية من الناحية العملية ، كما يتعرضون فى هذا الصدد للمعتقدات beliefs ، وهى بدورها تؤثر فى الاتجاهات والآراء .

(1) Susan Welch and John Comer, *op. cit.*, PP. 67.

ويتوقف الرأى على مدى تأسيسه على معرفة أساسية بالمعلومات

المتعلقة به .

وقد كان لـ **lippmann** أول من أشار إلى النقص النسبى لمحتوى

المعلومات فى معظم الآراء ، وهذا يعد من دقة الرأى .



الجماعات الأولية

والجماعات الثانوية

تتميز الجماعات الأولية primary groups بالتعاون والارتباط وجهًا لوجه ، وهناك من يضيف إلى هذا التعريف عنصر الاتصال المتكرر بين أفراد هذه الجماعة ، حيث يوجد مجموعة من الأشخاص يتصلون ببعضهم البعض بشكل متكرر ، وعددهم قليل بشكل يمكن كل شخص من الاتصال بالآخرين وجهًا لوجه .

أما التعريف الشائع اليوم فهو أن الجماعات الأولية هي مجموعة من الأشخاص يقيمون علاقات مع بعضهم البعض بشكل فردي ، ويدخل في هذا الصدد جماعات العمل Work groups وفصول الدراسة .

أما الجماعات التي لا يعترف فيها بالأعضاء كأفراد ، فتعد جماعات ثانوية secondary groups وتتكون من أشخاص يبلغون من العمر عشرين عامًا ، ولا تتوفر فيهم شروط الجماعة الأولية ، ولذلك يدخلون في نطاق الجماعة الثانوية .

وتعتمد الكثير من دراسات السلوك السياسي على أوجه الشبه والاختلاف في الآراء في إطار الجماعات ، الأمر الذي يؤثر بدوره على الرأي العام .

ويؤكد علماء السياسة والاجتماع على أهمية الاتصال الشخصي في تشكيل الرأي وتغييره ، ومن هنا تبدو أهمية الجماعات الأولية .

وتؤثر الجماعات الأولية بشكل كبير في تكوين الرأي ، نظرًا لتوفر عنصر الاتصال المتكرر ، وقلة العدد تسمح بتبادل الآراء والتعمق فيها . أما الجماعات الثانوية فقد يكون تأثيرها أقل نظرًا لعدم توفر العناصر الخاصة بالجماعات الأولية .

استقرار المرائى العام

يلاحظ ان المرائى الفردى فى المسائل السياسية يعد مستقرا لفترة او لمدة فى بعض الحوادث ، او الحالات ، مثل الانضمام لحزب معين .

اما المرائى العام فى كثير من المسائل العادية والقضايا السياسية الهامة ، فمعرض للتقلب .

ومن سمات المرائى العام درجة العمق ^٤ intensity ، ويتصد بها قياس مدى تورط الفرد فى القضية المطروحة .

a measure of the individual's involvement in an issue

فاذا ارتبط البعض بشدة تجاه قضية معينة ، بينما لم يهتم الآخرون بها بشكل فعلى ، فى الحالة الاولى يتميز المرائى بدرجة عالية من العمق : high intensity وفى الحالة الثانية يتميز المرائى بدرجة منخفضة من العمق low intensity ويكون الشخص أكثر ارتباطا بقضية عامة اذا كانت القضية تؤثر عليه مباشرة ، وكذلك المشاكل التى لدى الفرد معلومات عنها بشكل كبير فالقضايا الخاصة بالأجور والمرتبات والمواصلات والاسكان من القضايا الأكثر ارتباطا بالأفراد فى مصر نظرا لانها تمس حياتهم وتؤثر فيها بشدة .

اما القضايا الخاصة بأخر خطوط الموضة ، أو آخر صيحات تكنولوجيا الأدوات المنزلية ، فنجد الكثيرين أقل اهتماما بها نظرا لأنها تأتي فى مرتبة تالية للقضايا الملحة .

وعادة ما يتسم المرائى العام بالنسيان والتقلب وسرعة التآثر ، فالمرائى العام المصرى الذى ودع المرحوم جمال عبد الناصر بشكل منقطع النظير ، هو نفسه الذى أبدى تبرما من بعض سياسات مصر فى عهد عبد الناصر . . . والمرائى العام الايطالى الذى أحب موسوليني بشدة ، هو نفسه الذى شارك فى التمثيل

بجثته بعد قتله وادانة الفاشية ١٠ والرأى العام المصرى الذى أدان السياسة
الأمريكية فى فترات سابقة ، هو نفسه الذى استقبل الرئيس نيكسون بحرارة
عندما زار القاهرة .

ولذلك شبه البعض الرأى العام بالمرأة اللعوب ، التى لا تستقر على حال ،
فكل يوم لها فيه شأن ، وكذلك الرأى العام .



تفسير الرأى العام

من الأهمية بمكان عند شرح الرأى العام ، الأخذ فى الاعتبار الثقافة السياسية ، *political culture* إذ تتأثر الآراء بشكل كبير بالثقافة السياسية ، ويمكن تعريفها بأنها الطرق التى بمقتضاها تصنع النخبة السياسية القرارات ، بالإضافة الى اتجاهات الشخص العادى ، وعلاقته بالحكومة والمواطنين .

وترتبط الثقافة السياسية بمجموعة القيم والمعتقدات السياسية المرتبطة بجماعة معينة أو مجتمع معين .

وهذا يساعد على تفسير اختلاف الآراء من جماعة الى جماعة ، ومن نظام الى نظام .

وبالنسبة لمفهوم التنشئة السياسية *Political socialization*

فقد استحوذ على كثير من الاهتمام فى العشرين سنة الماضية ، ويرتبط هذا المفهوم بالمعتقدات السياسية والاتجاهات والسلوك . وتشير التنشئة بالمفهوم الواسع الى العملية التى ينظم بمقتضاها الأشخاص الأفكار والسلوك ، مما يمكنهم من التمشى مع الآخرين . فالمعتقدات والاتجاهات والسلوك من المسائل الضرورية للوجود فى جماعة ، ويتم تعلم ذلك من خلال حياة الفرد . أى أن ذلك يرتبط بمرحلة الطفولة . كما ترتبط التنشئة بالتغير فى الاتجاهات والسلوك الذى يكتسبه الفرد فى الحياة .

وهناك من يعرف التنشئة السياسية بأنها العملية التى تتم من خلال مؤسسات متعددة فى المجتمع ، ويتعلم الفرد بمقتضاها أنماطا معينة فى الاتجاهات والسلوك ، ومن هذه المؤسسات : الأسرة والمدرسة ومنظمات الكبار ووسائل الاعلام .

أى ان الآراء تتأثر بالثقافة السياسية والتنشئة السياسية .

وتبدو أهمية الأسرة فى تشكيل الآراء والسلوك ، ولذلك تعد جهة تلعب دورا كبيرا فى التنشئة السياسية ، بالإضافة الى جهات أخرى كالمدرسة وأماكن العمل ، فقد تعادل أهمية الأسرة أو تتفوق عليها .

وتتفاعل الديانة مع الرأى السياسى ، اذ تقدم الديانة خلفية من القيم ، background values لسلوك الفرد والجماعة ، فقد ترجع القيم الثقافية لمجتمع معين الى تقاليد مرتبطة بالدين حتى ولو كان هذا المجتمع علمانيا بالطريقة التى يقدمها بها .

وربما تكون المدرسة بعد الأسرة المؤسسة الأكثر قوة فى المجتمع ، ويبدأ فى المدارس ، سواء أكانت خاصة أو عامة ، خلق قيادات الرأى ، وهذه وظيفة اجتماعية .

و يوجد التلقين الاجتماعى والسياسى Social and political indoctrination بوعى وبغير وعى فى المدرسة .

وهناك من يذهب الى أن التنشئة السياسية هى العملية process التى بمقتضاها يكتسب الطفل ثم البالغ المعتقدات السياسية . وهى عملية معقدة ، وقد تحدث بشكل مباشر من خلال التعليم السياسى . والتلقين ، أو بشكل غير مباشر من خلال اكتساب القيم الاجتماعية ، وهنا يأتى دور الجماعات المنظمة أو غير المنظمة organized or unorganized groups ويأتى التعليم السياسى فى الطفولة من خلال الوالدين والمدرسة ، وتعتبر وسائل الاعلام مؤسسات للتنشئة للبالغين ، وبدأ الباحثون ينظرون نظرة جديدة الى أثر الاعلام على التنشئة السياسية للأطفال .

ومن خلال التنشئة السياسية يصبح الفرد على وعى بخصائصه الاجتماعية والبيولوجية . وهناك جزء هام فى التنشئة السياسية يتعلق بتطور cognitive skills المهارات وهذه المهارات

• ضرورة لفهم الاحداث السياسية والحكم عليها وتقييمها .

وهناك جزء اخر على درجة من الاهمية فى التنشئة السياسية ويتعلق

• بتطور الاسس الاخلاقية للحكم على المسائل السياسية (١) .

The development of moral bases of judgment about politics as another important part of political socialization.

وهناك من يعرف الثقافة السياسية بأنها نظام من المعتقدات السياسية

• يتعلق بعدة مسائل اهمها الفاعلين السياسيين والمؤسسات السياسية .

Political culture is a system of beliefs about politics, namely, political actors, political institutions, and our-self as a political actor (٢)

ويلاحظ ان اصطلاح ايدولوجية فيما يتعلق بالرأى العام يشير الى

• القيم السياسية وتركيب المعتقدات الخاصة بالفرد .

وقد يعتبر الانتماء لحزب معين مؤشرا للسلوك السياسى ، كما اصبحت

قضية ما يفكر فيه العامة مثار اهتمام النظرية السياسية وذلك بالاخذ فى

الاعتبار مدى مشاركة الجماهير فى القضايا التى تواجه الدولة ، واتجاهاتهم

تجاهها . ويدخل فى هذا الصدد العالم السياسى **political world**

للفرد ، ومدى المام الشخص العادى **the average person**

• بهذه المسائل (٣) .

وهناك بعض الجوانب التى تساعد فى شرح الرأى العام منها الاطار التاريخى

للرأى العام الخصائص البيولوجية والخصائص الاجتماعية والخصائص النفسية

فحينه شرح نظرة الشماليين الامريكيين والجنوبيين للسود يؤخذ فى الاعتبار

Welch and Comer, *op. cit.*, PP. 169 - 176.

(١)

Ibid., P. 66.

(٢)

Description and Influence, in Welch and Comer,

(٣)

op. cit., P. 117.

التقاليد التاريخية ، وان كان الاطار التاريخي لا يؤثر على الازاء بشكل مباشر ولكن من خلال عوامل أخرى مثل الخصائص الاجتماعية والنفسية للفرد نفسه وقد اثبتت بعض الدراسات أن هناك علاقة بين الخصائص البيولوجية للأفراد من جانب ، واتجاهاتهم السياسية وسلوكهم من جانب آخر ، وهذا يشير قضايا الانتماء العرقي والعنصري والجنسى . امرأة أو رجل .

وعلى عكس العوامل السابقة ، فان علماء الاجتماع قد أكدوا على الارتباط بين الخصائص الاجتماعية من جانب والرأى العام من جانب اخر . فالافراد ذو المستوى العالى فى الدخل والتعليم والوظيفة لديهم قيم تختلف عن ذوى المستوى الادنى .

وفيما يتعلق بالخصائص النفسية فقد تنازع كثير من علماء السياسة على أهمية استعمال المتغيرات النفسية فى تحليل الرأى العام ، وذهبوا الى أن الخصائص الاجتماعية تساعد أكثر فى شرح الرأى العام ولكن تزايد فيما بعد الاهتمام بالعامل النفسى فى شرح وتفسير الرأى العام .

وفيما يتعلق بتشكيل الرأى العام *Sphaping public opinion* فهناك عدة طرق للتأثير على الرأى العام ، وهذا يؤدى الى تشكيله ، وتراوح هذه الطرق بين الاقناع غير المباشر ، وتكتيكات الدعاية المباشرة .

ويعتبر الاقناع الشخصى على نقيض الاعلام الجماهيرى

Personal persuasion Vs. mass communication.

فالاقناع الشخصى أكثر تأثيرا من وسائل الاعلام على الازاء والسلوك . أى أن الاتصال الشخصى وسيلة أكثر اقناعا فى التأثير من الصحف والبراديو والمجلات والكتب .

وأكدت ذلك الدراسات التى اجريت على انتخابات الرئاسة الامريكية اذ اعتبرت الاتصالات الشخصية بشكل عام على أنها اتصالات خالية من

السمى لتحقيق أغراض معينة ، أما الاتصال الشخصي فيسمح بدرجة أكبر من المرونة في الاتصال .

"Personal contacts are generally treated as non purposive" "personal interaction allows greater flexibility of communication" (1).

وقد ذهب البعض الى أن الاعلام الجماهيري نادرا ما يكون وسيلة مؤثرة للاقناع persuasion فهناك عمليات سيكولوجية واجتماعية تحد من فاعلية وسائل الاعلام . وهناك عامل اخر يحد من فاعلية الاعلام الجماهيري وهو أن المهتمين فقط بموضوع معين في وسائل الاعلام هم الذين يقبلون على سماعه أو مشاهدته أو قراءته . ومن وجهة نظر اجتماعية فان قوى الجماعات الاجتماعية groups forces تحد من فاعلية الوسيلة الاعلامية في الاقناع ، فالبشر يحصلون على معظم توجيههم السياسى من الجماعات التى political orientation ينتمون اليها . أى أنه وفقا لهذا الاتجاه فان الاعلام الجماهيري يمسد وسيلة محدودة للاقناع ، وقد يفشل فى الوصول الى قطاعات كبيرة من السكان ، أو يعمل على تأكيد ما يعتقد فيه الافراد من قبل .

الا أن هذا الاتجاه قل تأثيره نسبيا ، مع تطور عمليات التحضير والتحديث و بروز المجتمعات الصناعية ، وما يرتبط بها من انعزالية اذ اصيحت الجماعات التى ينتمى اليها الافراد غير قادرة على معالجة كل القضايا التى تثيرها وسائل الاعلام ، ومن هنا زاد دور وسائل الاعلام فى التأثير على الجماهير بشكل أكبر من ذى قبل .

وفى التجمعات التقليدية يتزايد دور وسائل الاعلام فى تقديم المعلومات وشرحها وتفسيرها ، وكثيرا ما يكون الاتصال فى الجماعات التى ينتمى اليها

الأفراد امتداداً لما تشهده وسائل الإعلام الجماهيرية .

وهناك قضية التحيز في وسائل الإعلام ، نظراً لتأثير رأس المال أو السلطة الحاكمة على وسائل الإعلام من خلال امتلاكها ، ومن هنا تستخدم وسائل الإعلام مصالح معينة ، وهذا يؤثر على الجماهير .
وفيما يتعلق بتأثير الحكومة على الرأي العام ، فبينما نجد أن معظم البشر على وعي بمحاولات الحكومة للتلاعب بالرأي ، فإن القليل منهم يفكرون في مدى ما تؤثر به الحكومة على الآراء والاتجاهات والمعتقدات .

وقد ذهب موري ايدلمان Murray Edelman الى أن الحكومة تؤثر على السلوك بشكل كبير من خلال تشكيل مدركات عدد كبير من البشر تجاه مسائل غير واضحة ، وهذا يساعد على تشكيل معتقداتهم تجاه ما هو مناسب ، وتشكيل ادراكهم تجاه ما هو حقيقة ، وتشكيل توقعاتهم عن المستقبل . . .

Government affects behavior chiefly by shaping the Cognitions of large numbers of people in an brguous situation. It helps create their beliefs about what is proper their perceptions of what is fact, and their expectations of what is to come.

ويرجع نجاح الحكومة في تشكيل الآراء الى أنه لا يوجد من ينافسها في الامكانيات .

وتوجد تحت تصرف الحكومة الكثير من الوسائل التي بمقتضاها تتلاعب بالآراء ومنها الرقابة والكذب وايا كان الامر فان الحكومات الديمقراطية والدكتاتورية لديها وسائل عديدة للتلاعب بالرأي العام ، وان كانت هذه الوسائل اشد وطأة في الثانية عن الاولى .

وبينما نجد أن الرقابة censorship استخدمت في الولايات المتحدة في أوضاع الطوارئ ، فان التزايد المستمر للوثائق التي يطلق عليها سرية ، يوضح مدى دور الحكومة في التأثير على الرأي العام .

ظواهر الرأي العام

هناك عدة مخرجات للرأي العام ، نذكر منها الظواهر الجماهيرية ،
والصور النمطية ، والشائعات ، والاساطير .

أما الظاهرة الجماهيرية ، فهي شكل من أشكال العقل الجماعي :
collective mind حيث يتم اندماج الفرد مع غيره في
اطار جماعي ، وهذا يؤدي الى أن يصل الفرد الى مرحلة يوجه فيها تلقائيا
بغير ارادته المستقلة ، وهنا تظهر الزعامة الجماهيرية التي تعود للمساء أو
الغوغاء ، وتوجههم الوجهة التي تريدها ، وقد تأخذ الظاهرة الجماهيرية شكل
المظاهرات أو اعمال العنف الجماعي أي أن الفرد يفقد ارادته الفعائية باندماجه
في الجماعة ، كما يسيطر عليه العقل الجماعي .

وهكذا ، فإن الظاهرة الجماهيرية ترتبط بانارة العاطفة ،
وتبسيط القضايا ، وما يرتبط بها من سلوك مشترك من جراء سيطرة العقل
الجماعي .

وتثير الظواهر الجماهيرية عدة مسائل خاصة بنوعية الاشخاص
المشتركين فيها ، وعمما اذا كانوا اشخاصا عاديين common men
أو أقل من العاديين ، ولكن مع تطور الديمقراطية ، وتزايد مشاركة
participation الجماهير السياسية ، الامر الذي ساعد
في بعض الاحيان على تهذيب سلوك هؤلاء الافراد ، وجعل من الممكن الوصول
الى مصاف الصفة elite

وتثير الديمقراطية ، قضية الانتخابات ، وصوت واحد لكل فرد
one man one vote والمساواة ، ولا يخفى دور وسائل
الاعلام الحديثة في التأثير على الانتخابات ، وما يؤدي اليه ذلك من انتخاب
أشخاص لديهم القدرة على انتخاب من يحسن خداعهم .
(م ١٧ - العلوم السياسية)

وتعد الصور النمطية **stereotypes** من مخرجات
الرأى العام ، وتعتمد شكلا من أشكال الرموز
Symbols
الذى يرتبط بتبسيط القضايا بشكل قد يخل بها ، أى أن الصور النمطية
هى شكل من أشكال التبسيط المخل من قبل الجماهير تجاه موضوعات معينة
ومن مظاهر هذه الصور تصور شعب لشعب اخر ، وغالبا ما تكون هذه الصور
غير دقيقة .

وعلى سبيل المثال فقد تكونت لدى الرأى العام الفرنسى عدة صور
نمطية عن العرب نتيجة لعدة عوامل خاصة بالدعاية المضادة ، والاستعمار
والموارث التاريخية وغيرها ، ومن هذه الصور أن العرب متوحشون وبدائيون
وجملة ويتميزون بالخلافات فيما بينهم ، ويقتلون بعضهم بعضا ، وان كانت
هذه الصور قد اخذت فى التغير نتيجة لعدة عوامل منها تطور العلاقات
الفرنسية العربية ، وتزايد المصالح الفرنسية والعربية المتبادلة ، وقيام
علاقات دولية جديدة بعد عصر انحسار الاستعمار ، ومحاولات العرب ابراز
صورتهم الحقيقية أمام الرأى العام الفرنسى .

وعلى الجانب الاخر شعر الرأى العام الفرنسى والاوربي منذ نهاية
الحرب العالمية الثانية بعقدة الذنب تجاه اليهود ، نتيجة للاضطهاد الذين
عانوه من جراء الايديولوجية النازية ، كما نجحت الدعاية المضادة فى ترويح
ما سمي « بمعاداة السامية » و « اضطهاد اليهود » و « اعدام ستة ملايين
يهودى من جراء السياسة النازية » .

وكثيرا ما تؤثر الصور النمطية فى ادراك
perception
الافراد للقضايا ، وهى اساسا متوارثة ، وان كان يطرأ عليها تغيير مع
تغير المجتمعات ، وهى بمثابة القوالب الجاهزة غير المجهددة فكريا وقد تبسط
الامور وتخل بها فى هذه الحالة . وكثيرا ما تساهم فى حكم الافراد على
frame of reference
القضايا لأنها أصبحت تشكل جزءا من اطارهم الدلالي

وفيما يتعلق بالشائعات rumours فهي ظاهرة سيكولوجية لها دلالة اعلامية ، وغالبا ما يكون بالشائعات بغض الصدق ، ولكن درجة الصدق تقل مع تزايد تنقل الاشاعة من شخص الى شخص ، ومن مكان الى مكان .

وتبدأ الشائعة بادراك موضوع معين مثار اهتمام ، ثم يتم تناقل الموضوع على نطاق واسع ، الأمر الذى قد يرتبط بالحنف والاضافة ، ويؤدى ذلك فى النهاية الى انتشارها على نطاق واسع .

ويتوقف مدى انتشار الشائعة على مدى أهمية الموضوع المثار ، فكلما زادت أهمية الموضوع ، وكان هناك غموض متعلق به ، كلما زاد ذلك من انتشارها .

ويتزايد انتشار الشائعات ، اذا لم تكن هناك حريات اعلامية ، ومن هنا فان وسائل الاعلام الوطنية تقل درجة تصديقها ، ويزداد الاقبال على وسائل الاعلام الأجنبية ، ومن هنا يصبح المناخ مهيئا لانتشار الشائعات ، وقد عملت بعض النظم على مواجهة هذه الشائعات من خلال تجنيد عملا يجمعون الاشاعات ، ثم يردون عليها بشائعات مضادة ، وقد بينت السوابق أن الأمر يؤدى الى تعرض الجماهير لمواقف متمزقة cross pressures من جراء السلسلة الطويلة من الشائعات والشائعات المضادة ، ولا سيما فى اوقات الأزمات أو الحروب .

وبالاضافة الى الشائعات ، هناك الاساطير legends والخرافات myths وكلاهما امتداد للمواريث الثقافية للمجتمع ، وغالبا ما تضخم الأساطير قضايا حدثت فى الماضى ، ويتم ربطها بها من شخصيات أسطورية ، أما الخرافات فهي موضوعات تعتمد على المبالغة والخيال .

وكثيرا ما تؤثر الأساطير والخرافات على اتجاهات ومواقف الرأى العام ، لا سيما فى القطاعات الشعبية ، كما أن وسائل الاعلام قد تستغل الأساطير والخرافات لتدعيم مواقف معينة أو تضخيمها .

وبالإضافة الى الشائعات ، هناك الحرب النفسية psychological war وقد جاء في قاموس المصطلحات الحربية الصادر عن وزارة الحربية الأمريكية ان الحرب النفسية هي استخدام مخلط من جانب دولة أو مجموعة دول للدعاية وغيرها ، وتستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها وسلوكها بطريقة تعمل على تحقيق سياسة الدولة أو الدول أو الجهات المستخدمة لها .

وتقوم الحرب النفسية بالإضافة الى استخدام الدعاية السافرة ، على عناصر ثلاثة رئيسية ، وهي : الإشاعات - وافتعال الأزمات - واثارة الرعب والفوضى . . . والإشاعة كما وضعنا هي ترويح لخبير مختلق لا أساس له من الواقع أو المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر به جانب قليل من الحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام ، تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة ، أو عدة دول ، أو على النطاق العالمى ، أما افتعال الأزمات فيعنى خلق وقائع مثيرة غير موجودة أصلا ، وذلك للتأثير على مستقبل الرسالة الدعائية ، أما اثاره الرعب والفوضى فهى خلق أوضاع سيكولوجية من خلال التركيز على خصائص الرسالة الدعائية ووسائل نقلها للتأثير الذعرى على مستقبلها .



العلاقة بين اللغة والرأى العام

لا شك أن لكل لغة خصائص معينة ، وان كان هناك علاقات مشتركة بين المجموعات اللغوية المشتركة ، وعلى سبيل المثال : هناك علاقات مشتركة بين اللغات الفرنسية والايطالية والاسبانية ، وهناك صلات مشتركة بين اللغتين العربية والفارسية .

وتعكس اللغة طرق الحياة الخاصة بكل شعب ، ودرجة تقدمه أو تخلفه ، كما ينعكس فيها المواريث التاريخية والقيم والمعتقدات .

وبما أن اللغة تعد بمثابة الرموز المشتركة بين الذين يتكلمون بها ، وبالتالي فهي عامل يؤثر بدرجة كبيرة على الرأى العام ، لا سيما اذا أمكن استخدام اللغة بنجاح عند الاتصال بالجمهير .

ويبدو أثر اللغة واضحا فى الأمثال الشعبية والاساطير والشعارات السياسية ، حيث تساعد فى التأثير على الاتجاهات والسلوك . وكلما استطاع قادة الرأى العام أو القائمون بالاتصال به ، استيعاب هذه الامثال والاساطير والشعارات ، كلما زاد ذلك من فاعليتهم .

وهنا يؤخذ فى الاعتبار مستوى الرجل العادى ، واطار الدلالى ، والالفاظ الاكثر تمشيا معه ، والتي يمكن له أن يفهمها . كما يؤخذ فى الاعتبار مسعوى النخبة وقدراتها والمستوى اللغوى الاكثر ملائمة لها .

وترتبط اللغة بدلالة الالفاظ semantics ، اذ ان هناك giving meaning الفاظ معينة أكثر دلالة من غيرها فى اعطاء المعانى

مثل « الارهاب - الارهابى - التعذيب - الاغتيال - سفك الدماء ، وغيرها ، وكلما استخدمت الالفاظ بشكل يتمشى مع طبيعة الموضوعات المعروضة ، كلما ساعد ذلك على زيادة التأثير على الرأى العام .

ويلاحظ أن الرجل العادى أكثر تأثرا من غيره للعبارات العاطفية ، والاساليب الحماسية ، وكلما ارتفع مستواه الثقافى ، كلما قل دور هذا الصامل .

جماعات الرأى العام

- الجهاز التنفيذى
- الاحزاب السياسية
- جماعات الضغط
- الزعامة

● الجهاز التنفيذى :-

يتصل الجهاز التنفيذى بشكل وثيق بالنظام السياسى ، والنظام السياسى بدوره جزء من النظام الاجتماعى ، ويتعلق بعناصر خاصة بالحكم والجماعات السياسية والسلوك السياسى ، ويؤخذ فى الاعتبار بعض الجوانب الاجتماعية مثل العلاقات الاجتماعية والطبقات والفئات الاجتماعية ، أى ان النظام السياسى يتعلق بمجموعة الممارسات التى تتعلق بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بصناعة القرارات .

ويتعلق النظام الاجتماعى بمجموعة الانشطة الانسانية ، ويؤخذ فى الاعتبار عند دراسة النظام السياسى معايير القوة السياسية كالقوة التى تؤثر فى صناعة القرارات ، ونظم الملكية ، ودور المؤسسة العسكرية والجماعات الاخرى كالجماعات الدينية ، ووسائل الاعلام .

وتؤثر العقيدة السياسية فى النظام السياسى ، اذ تساعد على معرفة أهداف المجتمع وسلوكه .

وفىما يتعلق بصناعة القرارات ، فمن الاهمية معرفة عملية اختيار صانعى القرارات ، وماهيتهم ، وأنواع القرارات ومراحلها .

ولكل نظام سياسى شكل بنيانى ، وغالبا ما يتجسد ذلك فى اطار الدستور ، وتختلف أهداف النظام السياسى بين النظم الديمقراطية والنظم

الديمقراطية ، فالنظم الديمقراطية الليبرالية تعتبر حقوق الفرد سابقة على قيام الدولة ، وتتدخل الدولة في تأدية مهام الجيش والبوليس والتمثيل الخارجى ، وان كان دور الدولة قد تزايد فى المجالين الاقتصادى والاجتماعى لتحقيق التوازن . أما النظم الدكتاتورية الشيوعية فيضحى بالحريات الفردية لصالح تدخل الدولة فى المجالين الاقتصادى والاجتماعى .

أى ان النظام السياسى يشتمل على الحكومات والاحزاب وجماعات الضغط وجماعات المصالح وغيرها .

ويشير تقسيم الحكومات عدة قضايا ، وما اذا كانت حكومة اوليجاركية او ديمقراطية ، وتثير الحكومة الاوليجاركية تقسيمات اخرى كالحكومة الملكية والحكومة الدكتاتورية والحكومة الشيوقراطية وتثير الحكومة الديمقراطية عدة قضايا خاصة بالنظام ، وما اذا كان ملكيا مقيدا او جمهوريا .

ومن حيث مصدر القوة السياسية ، فالحكومة الديمقراطية تستند الى موافقة الاغلبية أى أنها كما يقولون حكم الشعب للشعب وبالشعب ، أما الحكومات الدكتاتورية فلا تستند الى موافقة الاغلبية .

ويمكن تقسيم الحكومات الى حكومات برلمانية ، وحكومات رئاسية وحكومة الجمعية الوطنية .

وفى الحكومة البرلمانية تتكون السلطة التنفيذية من جزئين : رئيس الوزراء ويرأس الحكومة ، وملك أو رئيس جمهوريه ، ويرأس الدولة ، ويعين رئيس الحكومة الوزراء والحكومة مسئولة مسئولية جماعية ، ورئيس الوزراء هو المسئول الاول بين زملائه ، والوزراء أعضاء فى البرلمان ، والبرلمان له الاولوية على الحومة ، والبرلمان مركز الثقل فى النظام .

وفى الحكومة الرئاسية لا تتجزأ السلطة التنفيذية ، ورئيس الدولة هو فى نفس الوقت رئيس الحكومة ، ويعين الرئيس رؤساء المصالح العامة ، ويطلق

عليهم في النظام الأمريكي السكرتيرين ، ولا يحق تعيين اعضاء المجلس التشريعي في المراكز الادارية . ولا يحق أن يكون من السكرتيرين عضوا في المجلس ، ففي الكونجرس مثلا لا يحق لرئيس الدولة أو مساعديه أن يكونوا اعضاء فيه ، وأن كان يحق للسكرتيرين أو يشتركوا في مناقشات المجلس ، والرئيس مسئول امام الدستور وليس مسئولوا امام المجلس ، وللمجلس أن يتهمه بالخيانة اذا خالف الدستور ، وليس للرئيس سلطان على المجلس ، وليس من سلطات المجلس اسقاط الرئيس ، وقانونيا هناك انفصال بين الحكومة والمجلس ، وواقعا يمكن للرئيس أن يسيطر على المجلس ، عندما يتمتع الحزب الذي ينتمي اليه بأغلبية في المجلس ، كما أن الرئيس مسئول مباشرة امام الناخبين .

وتتميز حكومة الجمعية الوطنية بحصر السلطتين التشريعية والتنفيذية في المجلس ، والحكومة عبارة عن لجنة يعينها المجلس من بين اعضائه ، وليس للحكومة رئيس بذاته . وحق انعقاد المجلس أو فضه أو حله للمجلس وحده ، أى ان السلطة العليا للمجلس وحده ، ويلاحظ أن هذه النظرية تجد صعوبة بالغة في التطبيق .

● الاحزاب السياسية :-

يمكن تعريف الحزب السياسي بأنه مجموعة من الافراد يخضعون لسلطة منظمة ، ويعملون أساسا على الوصول الى الحكم ، أى انه يسمى أساسا للاستيلاء على السلطة السياسية .

ويمكن للحزب أن يؤدي مهام تعليمية للجماهير ، وهو أداة من أدوات التعبير الجماهيري . وهناك عدة وسائل للاحزاب السياسية منها الوسائل السياسية مثل اشتراك اعضائها في عضوية المجالس النيابية من خلال الانتخابات ، والمناقشة والاشتراك في الاعمال الادارية وادماج المصالح الخاصة في المصالح الوطنية ، وفي بعض الاحيان تلجأ الاحزاب الى وسائل

غير مرغوبة كالوسائل القهرية ، كما أنها تستخدم وسائل الاعلام .

وهناك أحزاب لها برامج محددة ، وهناك أحزاب الاشخاص ، حيث تتميز بالولاء لشخص معين ، وغالبا ما يتمتع الزعيم بمقدرات معينة ، وكثيرا ما يسود في هذا الاطار التقاليد القبلية والعشائرية والطبقية .

ولا يوافق موريس ديفرجيه (١) على الافتراض الشائع أن الاحزاب هيئات عقائدية ، ويركز على تحليل الاحزاب وتنظيماتها ، حيث أن الاحزاب حاليا تتميز بطبيعة تنظيمها أكثر من البرامج أو الطبقة التي ينتمي اليها الاعضاء .



● جماعات الضغط :-

هناك جماعات ضغط منظمة ، أي لها بناء داخلي ، وجماعات ضغط غير منظمة ، أي ليس لها بناء ، وقد تسمى لتحقيق أهداف عامة ، أو أهداف خاصة وهناك جماعات تهتم بالسياسة العامة ، وأخرى تهتم بسياسات خاصة ، وقد تأخذ طابع اقتصادي ، أو اجتماعي ، بالإضافة الى الطابع السياسي المميز . . .

وبينما نجد أن أهداف الحزب تتصم بالطابع السياسي ، مع وجود أهداف أخرى أقل أهمية ، فإن جماعات الضغط تتميز أهدافها في أغلب الاحيان بالطابع الاقتصادي ، وقد توجد أهداف أخرى سياسية واجتماعية .

وهناك جماعات المصالح Interest groups وقد تعنى مفهومها مرادفا لجماعات الضغط ، وقد تعنى جماعة أو جماعات تقوم لتحقيق مصلحة معينة وقد تختفى بتحقيقها .

(1) Maurice Deverger, *Political Parties, their Organization and Activity in the Modern State*, trans. by B. and R. North with a foreword by Brogan, New York, 1965.

وهناك اللوبيات أو جماعات الاروقة Lobby groups وتعد نوعا من جماعات الضغط ، وتؤثر على صناعة القرارات في المجلس التشريعى ، وهذا سائد فى الكونجرس الامريكى .



● الزعامة :-

الزعامة اما أن تكون نبوغا غير عادى ، أو شموذا ، ولا سيما اذا كانت زعامة كاريزمية charismatic أى خارقة ، وقد ارتبط هذا النوع من الزعامة بالدول الجديدة أو حديثة العهد بالاستقلال ، حيث أنها فى حاجة الى زعيم ذوى قدرات شخصية خاصة يستطيع بمقتضاها أن يجذب الجماهير اليه ليصبح معبودها الذى تستلهم منه أفكارها ، وتعبد قواها لطاعته وتنفيذ تعليماته ، وتأتى هذه الزعامة فى فترة ترتبط بمهد جديد ، وكثيرا ما يكون الرفض لسياسات معينة والهاب عواطف ومشاعر الجماهير ، وعندما تتعدى الدول هذه المرحلة تصبح فى حاجة الى زعامة عادية تواجه القضايا الجديدة التى تختلف عن القضايا السابقة .

وإذا انتقلنا الى مجالات محددة فهناك القيادات الرمزية التى لها سلطات رمزية مثل سلطة رئيس الدولة أو الملك فى النظام البرلمانى ، حيث يملك ولا يحكم .

وهناك القيادة الادارية التى تستلزمها أنشطة الجهاز التنفيذى ، وهناك القيادات الفكرية وهى المؤثرة بوجه عام فى التفكير السياسى والاجتماعى . وهناك الزعامة الجماهيرية التى توجد فى غمار الظواهر الجماهيرية كالمظاهرات وأعمال الشغب والعنف ، والاخيرة أسوأ أنواع الزعامة .



العلاقة بين جماعات الرأى العام . . . والرأى العام : -

هناك علاقة وثيقة بين الحكومة والرأى العام ، فكل منهما يؤثر ويتأثر بالآخر ، ويلاحظ أن دور الحكومة يتزايد باستمرار في التأثير على الرأى العام ، من خلال قدراتها الكبيرة فى السيطرة على المعلومات ، وإن كانت هذه القدرة تختلف من دولة الى دولة ، ومن خلال هذه العملية يمكن توجيه الرأى العام ، وهناك تزايد فى دور السلطة التنفيذية على حساب السلطة التشريعية فى التى تتولى أساسا عملية المبادرة فى القرارات السياسية ، وتعد الحكومة من أقوى الاجهزة ان لم تكن أقواها فى السيطرة على تكنولوجيا الاتصال ، الامر الذى يضع أمامها سلطات فائقة .

وقد تعمل الحكومة على تشجيع نشر المواد الاعلامية المثيرة والصور شبه العارية أو العارية ، وصور نجوم السينما والمسرح وغيرهم ، وذلك لتحويل انتباه الجماهير عنها ، وامتصاص التوتر الخاص بهم ، حتى ولو أثر ذلك على الثقافة السياسية الخاصة بالجماهير بشكل سلبي وخطير للغاية .

وقد تزايد دور الحكومة فى الرقابة على الاعلام ، حيث أن حرية الاعلام ما زالت فى حالات كثيرة مهددة سواء من خلال ملكية الحكومة لبعض وسائل الاعلام أو أغلبيتها أو كلها ، أو من خلال تأثيرها على تمويل وإدارة وسائل الاعلام ، ومع اتجاه وسائل الاعلام نحو التركيز والاحتكار تدخلت الحكومة لوضع القواعد التى تواجه هذه الظواهر .

ولكن للحكومة أن تقدم بعض التسهيلات الاعلامية كدعم وسائل الاعلام ماليا ، وتخفيض نفقات نقلها أو استيرادها أو الضرائب المفروضة عليها . وتقديم بعض المعلومات لوسيلة اعلامية أو اعلامى دون غيره .

ويتم تأثير الاحزاب وجماعات الضغط على الرأى العام من خلال استخدام الاعلام كأداة جماهيرية مكتوبة أو استخدام الصحافة المسموعة أو الصحافة المرئية أو الثلاثة معا ، أو من خلال الاجتماعات والمؤتمرات أو الندوات التى

تنظيمها أو من خلال التأثير على قادة الرأي ، التي تقوم بدورها بالاتصال بالجمهور ، أو من خلال فروعها التي تتولى الأعمال الإعلامية والأعمال الأخرى ، ولا شك أن ذلك يدخل في إطار السعي لاقتناع persuasion المتلقى بصحیح الحزب أو جماعة الضغط المعنية .



تأثير وسائل الإعلام على الرأى العام

تؤثر وسائل الاعلام بدرجة كبيرة على الانتخابات والتشريع والقرارات التنفيذية فى الدول المتقدمة ، كما تؤثر بدرجة كبيرة فى الحوار السياسى والقرارات السياسية الخاصة بالصراع الاجتماعى ، وذلك لأن وسائل الاعلام تؤثر على عملية اتخاذ القرارات السياسية من خلال عدة طرق منها ما ينشر أو ما لا ينشر فيما يتعلق بالمرشحين أو صانعى السياسة .

ويؤخذ فى الاعتبار العوامل المادية وراء قيام وسائل الاعلام ، ومن وجهة نظر مستهلكى وسائل الاعلام ، فانها تؤدي ثلاث وظائف رئيسية : -

١ - الترفيه .

٢ - تعد بمثابة الموجه والمرشد للحياة اليومية .

٣ - تعد بمثابة المصدر للمعلومات والآراء عن الاحداث العامة .

ويلاحظ أن الوظيفة الثالثة أقل أهمية لأغلبية مستهلكى وسائل الاعلام ، وان كان هناك بعض وسائل الاعلام الأكثر اهتماما بالسياسة عن غيرها .

ورغم أن وسائل الاعلام ليست سياسية بالدرجة الاولى ، فى المفزى الاجتماعى ، ورغم الاهتمام السياسى الأقل نسبيا للجماهير الامريكية ، فان الصحف ، ثم أقسام الشؤون العامة والايخار فى التلفزيون ، لها نفوذ كبير فيما يتعلق بالقضايا الامريكية والسياسات الوطنية . أى ان وسائل الاعلام تمارس نفوذا كبيرا فى السياسات الامريكية من خلال التركيز على قضايا معينة ، ومن خلال اختيار الانباء والمحربين والمذيعين ، وهذا يساهم بدرجة كبيرة فى تشكيل الحقائق السياسية .

ويرى الزعماء السياسيون أن وسائل الاعلام سياسية بدرجة كبيرة ، ومن هنا يأتى اهتمامهم بها .

كما تساهم وسائل الاعلام فى التهيؤ الثقافى cultural predisposition وتتميز المجتمعات الصناعية بتعدد كبير فى القيم والمستويات السلوكية وذلك على نقيض المجتمعات التقليدية والانتقالية .

وقد أجريت بعض الدراسات فى الولايات المتحدة ، عن تأثير وسائل الاعلام على السلوك السياسى للامريكيين ، ويكمن ايجاز نتائج هذه الدراسات فيما يلى : -

- يزيد التعرض لوسائل الاعلام من النقاش السياسى ، كما أن النقاش السياسى يزيد من التعرض لوسائل الاعلام .

- التأثير المدعم reinforcement effect لوسائل الاعلام أكبر من التأثير المحول conversion effect

- تقدم وسائل الاعلام الانباء والتعليقات على القضايا العامة بشكل أكبر مما يطلبه العامة ، وهكذا فانها تسييس politicizing العامة أكثر من تهيبها لهمهم apathizing فى هذا المجال .

- فشل وسائل الاعلام فى انشاء صلة أيديولوجية مع قطاعات كبيرة من العامة الامر الذى يقلل من مشاركتها .

ومع ذلك ، فان التعرض لوسائل الاعلام يرتبط بدرجة المصلحة فى المسائل السياسية ، ومدى الارتباط بالمنظمات القائمة ومدى الصلة بالمواقع الحزبية ، ومدى تفضيل مرشح على آخر .

وفى السنوات الاخيرة أصبح الراديو والتليفزيون ملائما فى عرض برامج الخدمة العامة واقتصاديات الزراعة والصناعة ، وأذواق المشاهدين والمستمعين .

وهناك مسائل اضافية تتعلق بدور الوسائل الاعلامية الاكترونية ، ولا سيما

التلفزيون، نظرا لأهمية التلفزيون والراديو في الحملات السياسية، ويؤكد ذلك الأعداد الكبيرة من الأفراد الذي يمكن التوصل اليهم من خلال البرامج السياسية، والأموال الضخمة التي تنفق على هذه الحملات، ففي عام ١٩٦٠ قدر عدد مشاهدي برنامج المناقشات العامة Great Debates للرئاسة الأمريكية في الولايات المتحدة بـ ١١٥٠٠٠٠٠٠ شخص، وهذا يؤثر بدرجة كبيرة على النتيجة النهائية للانتخابات .

وفي عام ١٩٧٢ قدر ما أنفقه المرشحون على المناصب العامة بـ ٥٩٦ مليون دولار، وذلك في الراديو والتلفزيون وفقا لقانون الحملات الانتخابية الفيدرالية عام ١٩٧١ تم وضع بعض القيود على ما ينفق على وسائل الاعلام من قبل المرشحين للمناصب الفيدرالية، ولذلك فان المرشحين للرئاسة أنفقوا ١٠٠٥ مليون دولار في الانتخابات العامة عام ١٩٧٢ بـ ١٨٠٧ مليون دولار في عام ١٩٦٨، أما المرشحون لمجلس الشيوخ فأنفقوا ٦٤٤ مليون دولار عام ١٩٧٢ بـ ١٠٤ مليون دولار عام ١٩٦٨ .

وفي عام ١٩٤٩ انتهت لجنة الاتصالات الفيدرالية : Federal communication commission الى أن محطات الإذاعة والتلفزيون يجب أن تخصص وقتا ملثما لمناقشة القضايا مثار الاهتمام العام، وتقدم التسهيلات اللازمة للتعبير عن الآراء المتعارضة .

ووفقا لقوانين الاعلام الأمريكية عندما يحصل مرشح للرئاسة على وقت محدد له، فان كل المرشحين الآخرين يجب أن يحصلوا على وقت مساو لمنافسيهم .

• ويعد التلفزيون ذو أهمية كبيرة كوسيلة للحملات .

وفي دراسة لـ Angus compbell من جامعة ميتشجان عن تأثير التلفزيون على الحملات الانتخابية، جاء فيها أن التلفزيون أعطى بعدا جديدا

الأ وهو العبد المرثى للاعلام السياسى ، فمن الاسهل على العامة أن يشنكلوا صورة للزعماء السياسيين من خلال التليفزيون .
وهناك اختلاف بين الصحافة الامريكية السياسية فى القرن ال ١٩ ،
والصحافة السياسية الامريكية الحديثة ، فالاولى كانت شخصية ، أما صحافة
القرن الحالى فهى صحافة مؤسسات ، أى لها نتائج لمجهودات وجماعات من
المحررين والمديرين .

وتعد قضايا التحيز فى الصحافة الامريكية من القضايا التى تثار فى
الاجتماعات السنوية لجمعية ناشرى الصحف الامريكية :

American Newspaper publishers Association

ولهذا التحيز جنور تاريخية واقتصادية وسياسية .
وهكذا يتبين الدور المتزايد لوسائل الاعلام فى التأثير على الرأى العام .
وهذا يثير قضية مدى ديمقراطية وسائل الاعلام أو أوتوقراطيتها ، ومدى
تعبيرها عن احتياجات الشعوب ، ومدى وجود تركيز أو احتكار فى وسائل
الاعلام ، وهل هى أداة للحاكمين تنجهم الى المحكومين ، أم أنها أداة فى يد
كل من الحاكمين والمحكومين وتعمل كوسيط بينهما .



العلاقة بين الرأي العام

والسياسة العامة

● تعقد قضايا الرأي والاتجاه :-

يبدو أن فرويد وأتباعه من أوائل الباحثين السيكولوجيين الذين أخذوا في الاعتبار امكانيات وديناميات التغير في الاتجاه : attitude change ورغم أن منهج فرويد لم يكن علميا ، في جوانب كثيرة ، فإن لهذا المنهج أساس امبيريقى ، اذا تعامل مع أناس حقيقيين لديهم قضايا سيكولوجية حقيقية ، وكان يهدف الى تحقيق تغيرات في الاتجاهات ، ولكن اهتمام فرويد بالتغير في الاتجاه كان محدودا للغاية ولم يواجه احتياجات التوصل الى التعميم : generalization

وعلى كل حال كانت محاولات فرويد بداية للتوسع في هذا الاتجاه .

وهناك منهجان عامان في دراسة تغير الرأي

١ - نظرية التوازن : balance theory

٢ - النظرية الوظيفية : functional theory

وتفترض نظرية التوازن أن الانسان يبحث ويحتاج الى مجموعة من المعتقدات والاتجاهات والسلوك التي تعكس التكوين الداخلى ودرجة التوازن equilibrium والحقائق الموضوعية للبيئة ، وليست كل المعتقدات والاتجاهات والسلوك فى حاجة الى أن ينظر اليها على أنها رشيدة ، وان كان الترشيح يلعب دورا كبيرا فى نظرية التوازن . ويلاحظ أن تركيب المعتقدات فى التوازن يعكس السبب reason ، وكذلك الاحتياجات غير الرشيدة فى بعض الاحيان ، ودرجة معرفة الفرد أو جهله ، والعوامل البيئية منها الاعتبارات الثقافية وضغوط الجماهات التي ينتمى اليها الفرد -

وعندما تكون المكونات العاطفية والادراكية للاتجاه غير متماسكة بدرجة تفوق تحمل الفرد ، فان الاتجاه يكون في حالة من عدم الاستقرار ، ولذلك سيعمل من جديد من أجل التوصل الى التماسك العاطفي والادراكي أو وضع عدم التماسك المتناقض .

أما النظرية الوظيفية فتفترض أساسا أن تكوين الاتجاه وتغييره يجب أن يفهم في إطار الاحتياجات الخاصة به ، وحيث أن الدوافع مختلفة فان ذلك سينعكس على الظروف والتكتيكات الخاصة بالتغير في الاتجاه .

ودهب كاتز Katz الى أن هناك أربع وظائف رئيسية للاتجاه

- الوظيفة النفعية ، وهذا اعتراف بأن البشر يعملون من أجل الحصول على الحد الأقصى للمكافآت وتقليل الجزاءات الى حدها الأدنى .

- وظيفة المعرفة إذ يبحث الناس عن المعرفة لاعطاء معنى لما حولهم ، ويحتاج البشر الى مستوى من الاطارات المرجعية لفهم عالمهم ، وتساعد الاتجاهات على تقديم هذه المستويات .

- وظيفة معبرة عن القيم .
إذ أن الاتجاهات تعطي تعبيراً إيجابياً لقيم الفرد ، ونوع الشخص الذي يتخيل أن يكون مثله في المستقبل ، أي أنها اتجاهات تدافع عن النفس .

- وظيفة الدفاع عن النفس .
أي يدافع الشخص عن ذاته ، ويرتبط ذلك بعدة مسائل كالترشييد والاسقاط والإبدال .

التغير في الآراء :

لا تقول الناس دائماً ما تفكر فيه ، ولا يعمل الناس دائماً ما يمتقدون فيه ، ولذلك قد يكون من الصعب اكتشاف الاتجاهات والآراء . ومن الصعب

معرفة متى ينعكس السلوك الاتجاهات والاراء . . . أى أن عدم تمشى السلوك
مع الرأى من حقائق الحياة الضائمة .

وهناك أسباب عديدة تجعل الناس قد يقولون مالا يعتقدون فيه منها عدم
معرفتهم بالضبط لما يعتقدون فيه أو عدم القدرة على التعبير لما يعتقدون فيه أو عدم
الرغبة فى القول عما يعتقدون فيه ، أو الشعور بضغط اجتماعى يجعلهم يكذبون
أو يشعرون أن الكذب يجعلهم غير مذنبين .

ويلاحظ أن اتجاهات وازاء قادة الرأى أكثر استقرارا ومقاومة للتغيير
من اتجاهات وازاء المواطنين العاديين ، فالزعماء السياسيون يهتمون بدرجة
أكبر بغايات ووسائل السياسة العامة وازاءهم أكثر ثباتا .

وتعد المسائل السياسية غير هامة لكثير من الناس . وتلعب السياسة
والقضايا العامة جزءا صغيرا فى حياة كثير من الافراد ، وهذا له تأثيره على
تماسك أو عدم تماسك السلوك والرأى لدى الافراد .
السياسة العامة :

تعد الازاء من قضايا السياسة ، اذ انها تنعكس فى الانتخابات وفى
النظام الديمقراطى فيصنع التصويت والسياسة .

وتتطور السياسات العامة على استجابة الحكومة للطلبات والاحتياجات
الانسانية ، فكل السياسات العامة كانت فى البداية مجرد افكار خاصة ،
وعندما يشترك عدد كبير من الافراد فى هذه الافكار ، تصبح مقترحات ، وعندما
تتبنى السلطات الحكومية هذه المقترحات ، تصبح سياسات عامة .

فكرة	_____	اقترح	_____	سياسة
خاصة		Proposal		عامة

وهناك من يرى أن الرأى العام يؤثر فى السياسة العامة ويتأثر بها . . . وأن
كانت العلاقة تختلف بين الرأى العام والسياسة العامة من قضية الى قضية

وهناك عدة عوامل تؤخذ في الاعتبار منها : خصائص الجماهير والنظام القائم والقضايا المطروحة ونادراً ما يضعف دور الرأي العام في تقديم السياسات الجديدة وعادة ما يظهر موافقته أو رفضه للسياسات القائمة أو الجديدة أى بعد الواقعة لا قبلها . وبوجه عام يمكن القول أن الاجهزة الحكومية لديها قدرات كبيرة فى التأثير على الرأي العام .



قياس الرأى العام

يمكن القول ببساطة أن قياس الرأى العام يعنى اكتشاف ما يفكر فيه الناس . وعادة ما يهتم الحاكمون بتفكير ورغبات الجماهير . ومن هنا تأتي أهمية قياس الرأى العام .

ويكون قياس الرأى العام هاما فى مجتمع معين ، بمدى ضرورة تأييد الجماهير للنظام القائم . وبالتالي فإن أهمية الرأى العام وما يترتب على ذلك من قياسه تعتمد على طريقة ممارسة المجتمع للديمقراطية .

ومن الناحية العملية يحاول الزعماء السياسيون أن يقيسوا اراء البشر ذوى التأثير الكبير على مستقبلهم فى ممارسة الزعامة ومستقبل السياسات التى يتبعونها .

بـعـوث المسـح : Survey Research

يجرى مسح الرأى العام بقصد الحصول على اجابات لاسئلة نمطية من عدد معين من الاشخاص « العينة » على أن تكون العينة ممثلة لمجتمع البحث ، أى الحصول على اجابات فى موضوعات متنوعة وليس فى موضوع واحد .

فاذا كانت هناك دراسة لتحديد مشاعر وواقف الطبقات من تحديد الاسعار فى بلد ٣٠٪ من سكانه من الطبقات الدنيا ، ٥٥٪ فى الطبقة المتوسطة ١٥٪ فى الطبقة العليا واذا تقرر اجراء مقابلات فى هذا الصدد لالفين من الافراد الذين يمثلون هذا المجتمع فمن الضرورى وجود ٦٠٠ شخص فى الطبقة الدنيا .

• ١١٠٠ شخص فى الطبقة المتوسطة .

• ٣٠٠ شخص فى الطبقة العليا .

مع افتراض اتخاذ الاجراءات الاخرى لمنع التحيز أى أن العينة تم اختيارها وفقا لابس طبقيه وهنا تكون النتائج أقرب الى الدقة .

وإذا كان الغرض من الدراسة هو معرفة مدى قبول الشعب أو اعتراضه على تحديد الاسعار فقد تكون مواقف الطبقة العليا اكثر قوى فى صناعة السياسة بسبب تأثير هذه الطبقة على قرارات الحكومة وبسبب تأثير مواقفها على الطبقات الوسطى والدنيا . وبالتالي فقد تكون هناك ضرورة فى زيادة تمثيل الطبقة وذلك فى النظم الفيدرالية .

وعند مسح الرأى العام هناك عدة خطوات ضرورية وهى

- تحديد البيانات التى يراد الحصول عليها .
- تحديد مجتمع البحث : the universe
- تحديد حجم العينة ونوعها .
- وضع الاستبيان .
- تحديد وتدريب القائمين بالمقابلة .
- العمل الميدانى .
- عملية process البحث وتحليل البيانات .

- تحديد البيانات التى يراد الحصول عليها

يجب أن تحدد بدقة البيانات التى يراد الحصول عليها من أى نوع من البشر ، وهذا يساعد على نجاح البحث ودقته .

- تحديد مجتمع البحث

أى تحديد المجتمع الذى تبحث المشكلة فى نطاقه . أى تحديد الآراء التى ينبغى قياسها . وهذا يتوقف على القضية موضع البحث .

- تحديد حجم العينة ونوعها

نظرا لان مسح الرأى العام مكلف للغاية . ومن هنا تأتى أهمية حجم العينة . وتذهب بعض الدراسات الى أن حجم العينة ليس المصدر الرئيسى للخطأ فى كثير من بحوث مسح الرأى العام . وكثيرا ما تأتى الأخطاء ليس

بسبب أن عددا قليلا من الاشخاص قد اجريت معهم مقابلات خاصة بالمسح ولكن بسبب أن اشخاص لا يمثلون مجتمع البحث قد تمت معاملتهم بشكل خاطيء . . .

كما أن عينة من عدد ضئيل من الالاف أو قد تكون الفا ممكن لها من الناحية الاحصائية أن تعكس بشكل دقيق اراء مليون أو اكثر بل أن عينات كبيرة من عشرة آلاف الى خمسين ألف ليست أكثر دقة من عينات متوسطة الحجم من ٥٠٠ الى ٥ الاف ، كما أن نتائج مثل هذه العينات الكبيرة لا تساوى النفقات الكبيرة التي تنفق عليها .

اختيار العينة :

يلاحظ أن اختيار العينة أكثر أهمية من حجمها . وهناك عدة انواع من العينات منها العينة العشوائية Random Sample وتعنى اعطاء كل وحدة في مجتمع البحث فرصة متكافئة للتشثيل في العينة يفترض أن هناك انتخابات في دائرة انتخابية معينة واذا كان مجتمع البحث يتكون من الاشخاص المسجلين في الدائرة ، فيمكن أن يكتب اسم كل شخص من مجتمع البحث في ورقة معينة منفصلة ، ثم يتم انتقاء الف اسم من هذا المجتمع بشكل عشوائي ، وتعد هذه عينة عشوائية صرفة .

وإذا افترض أن المرشح يعلم أن الاشخاص في فئات العمر الكبرى والصغرى أقل اقبالا على ممارسة حقهم الانتخابي من الاشخاص الذين يقعون في فئات العمر الوسطى .

وأن النساء أقل اقبالا من الرجال في ممارسة حقهم الانتخابي وادا توفرت مثل هذه المعلومات في قائمة المسجلين فقد يرغب في تقسيم مجتمع البحث الى جماعات فرعية subgroups أو فئات حتى تمثل في العينة بشكل اكبر فئات العمر الوسطى والرجال . وادا تم ذلك فيمكن الحصول على نفس الدقة من ٩٠٠ شخص ممثلين في العينة العشوائية

الطبقية Stratified Random Sample وهذا يساوى الالف شخص الذين تمت مقابلتهم وفقا للطريقة الاولى .

وهناك العينة الحصصية Quota Sample

وبهذه الطريقة يتم اختيار عدد من الاشخاص فى مناطق معينة الذين يقعون فى فئات معينة كالتبقة والجنس والعنصر ومكان الإقامة . وهناك امكانية وقوع الخطأ فى هذه العينة . فالقائمون بالمقابلة قد يسيئون اختيار الاشخاص الذين تتم معهم المقابلة . . وقد يتم التحيز فى اختيار الاشخاص بوعى أو غير وعى .

وهناك العينة العشوائية على نطاق المناطق Area Random Sample وتتميز هذه العينة عن الحصصية بأن كل الافراد الذين يتولون الاجابة على الاستبيان قد سبق تحديد اسمائهم من قبل مصمم البحث وذلك عن طريق سلسلة من الاختبارات العشوائية .

وتأتى الخطوة الاولى فى هذه العينة بتقسيم مجتمع البحث الى وحدات صغيرة وقد يكون هذا الاختبار ناتج عن احكام تتعلق بافتراضات أو بيانات تمت دراستها . .

فاذا كان هناك ٦٠٠ مركز انتخابى فى مدينة معينة فقد يتم اختيار ٢٠ مركز لأسباب سياسية واقتصادية وعرقية أو أسباب أخرى تتعلق بالموضوع وقد يتم هذا الاختيار الاولى عن طريق الصدفة .

وإذا كان مجتمع البحث منطقة جغرافية واسعة مثل دولة معينة ، فمن المرغوب منه اختيار مناطق ثانوية أخرى مثل المدن واجزاء من المدن .

وتأتى بعد ذلك خطوة لاحقة وهى الحصول على العينة العشوائية على نطاق المناطق وهى تحديد كل وحدات السكن فى اطار المنطقة الجغرافية المختارة التى يختار منها الاشخاص الذين يتم اختيارهم .

وتأتي في مرحلة لاحقة إختيار عدد من وحدات السكن عن طريق الإختيار العشوائي من القوائم الكاملة لمثل هذه الوحدات .

وفي النهاية يختار شخص من كل من وحدات السكن المختارة ، وكل هؤلاء الأشخاص يشكلون العينة .

وضع الاستبيان :

وهنا يجب التفكير في الاستبيان كمنى بوجه عام . وهناك ثلاثة أنواع من الاسئلة .

١ - الاسئلة التي تكون الإجابة عليها بنعم أو لا

The dichotomus questions

أى أن الإجابة عليها لها جانبان ، وتبدو أهمية هذه الاسئلة في الموضوعات البسيطة ، أو تجميع الآراء مثل :

هل أنت متزوج ؟

هل تمتلك المنزل الذى تسكن فيه ؟

هل تنتمى الى نقابة علمية ؟

٢ - الاسئلة المتعددة الاختيارات The multiple choice questions

وهذا يعطى الذين يجيبون على الاسئلة بعض البدائل التي يتم الإختيار بينها . وتستعمل هذه الاسئلة على نطاق واسع في بحوث الراى العام ، لأن هذه الاسئلة تعد حلا وسطا بين الاسئلة التي تكون الإجابة عليها بنعم أو لا والاسئلة المفتوحة .

٣ - الاسئلة المفتوحة : Open-end questions

وتتم الإجابة عليها من خلال كلمات الذين يجيبون على الاسئلة . وإذا توفر أشخاص أكفاء يستطيعون تفسير هذه الإجابة ، فيمكن تبويبها حتى يمكن تحليلها بشكل أكثر دقة .

ومن الاهمية أن يستعمل الاستبيان ، كلمات تمشى مع من يجيب عليه . ويجب تجنب الاصطلاحات الفنية والكلمات التي تستعمل بشكل نادر . وكثيرا ما يتجه البشر الى اعطاء اجابات تتسم بالاحترام ، أو الاجابة التي يتوقعون ان القائم بالمقابلة يريد أن يسمعها ، مما يوضح أهمية الحيلة في وضع الاستبيان .

وقد يكون ضرورى أن تكون الاسئلة غير مباشرة . حتى تكون الاجابة عليها أقرب الى الصدق ، ففي قياس للرأى العام أجرى فى مدينة نيويورك سئل عدد من الرجال ، وكانت صيغة السؤال : هل أنت متزوج ؟

فوجد ان الاجابة تحتوى على عدد لا يمكن تصديقه من الرجال الذين يقولون انهم غير متزوجين ، ولم يتزوجوا من قبل ، ولذلك تم تعديل السؤال بالصيغة التالية : -

- أين زوجتك ؟ . . .

وبهذا الشكل حصلوا على نتائج مناسبة ، حيث قال كل رجل غير متزوج :
اننى لم أتزوج .

أما الآخرون فقد اعترفوا بشكل غير مباشر انهم متزوجون .

مثلا ، قال رجل : ان زوجته فى مكان معين ، فهذا يبين للقائم بالمقابلة أنه متزوج . . .

المسح من خلال البريد والتليفون :

قد يكون الوصول الى أفراد العينة وجها لوجه مكلف أو صعب المنال لاسيما اذا أريد أن يتم القياس بشكل سريع . وهنا يتم الحصول على اجابة أفراد العينة من خلال البريد أو التليفون .

ولكن يلاحظ أن الاستجابة على الاستبيان الذى يرسل بالبريد أقل اذا تورنت بالشكل المباشر .

وقد وجد في الولايات المتحدة أن الذين يردون على الاسئلة التي ترسل بالبريد تتراوح بين ١٠ ، ١٥٪ ، أى انهم لا يمثلون مجتمع البحث ، ولكن اذا توفر عدد من الباحثين المهرة والمؤهلين ساعد ذلك على الزيادة فى معدل الاجابات .

كما يلاحظ أن هذه الطريقة لا تسمح بالتأكد من أن الشخص الموجه اليه الاستبيان هو الذى يتولى الاجابة عليه بنفسه ، على عكس الحال عند اللجوء الى القائم بالمقابلة بشكل مباشر . وهنا يتم التأكد أن الشخص الموجه اليه الاستبيان هو الذى يتولى الاجابة عليه .

ويواجه المسح من خلال التليفون عدة مشاكل مثل رفض الاشخاص التحدث ، وصعوبة اكمال المكالمة التليفونية ، ومعدل الرفض العالى ، وعدم الانتباه ، وكثيرا ما تستعمل هذه الطريقة فى الشئون السياسية والعامه . .

الثورة فى وسائل الاتصال :

يرى البعض أن الانسان حيوان يتصل بغيره من بنى البشر من خلال الاعلام ، فقد كان يعيش فى جماعات صغيرة منذ حوالى مليون سنة ، وعلى هذا الاساس تطورت اللغات ببطء كأداة اتصالية . ثم اخترعت الكتابة فى مختلف بقاع العالم ، وبعد ذلك حدث تطور جديد ، وذلك باختراع الطباعة .

وقد شهد العقد الثالث من القرن ال ١٩ التطور فى تكنولوجيا الطباعة السريعة ، وبروز الصحافة باعتبارها الوسيلة الجماهيرية الاولى للاتصال .

وهكذا ، فقد ظهرت الصحافة الجماهيرية مرتبطة بالتطور الثقافى والاقتصادى والاجتماعى ، وهى بدورها تمثل خليطا من هذه العناصر .

وترتب على ذلك التزايد فى قدرة الانسان الاتصالية وفى اواسط القرن ال ١٩ أصبح التلفزيون حقيقة ، وساهم ذلك فى التطور فى وسائل الاتصال ،

وأدى الى بروز الوسيلة الالكترونية الجماهيرية *mass electronic media* ثم استعملت وسائل الاتصال اللاسلكية .

وفي عشرينيات القرن العشرين ، استعمل الراديو على نطاق واسع . وفي أربعينيات القرن العشرين بدأ استعمال التليفزيون في التزايد .

ويعد دخول الصحيفة وجهاز الراديو وجهاز التليفزيون في منزل الرجل العادي ، تطورا تكنولوجيا ذوا أثر ضخم على الجماهير .

وهكذا ، فان الثورة في وسائل الاتصال زادت من أثر الاعلام على الجماهير .

المجتمع والصحافة الجماهيرية :

قبل أن تبرز الصحافة الجماهيرية *the mass press*

حدثت تطورات اجتماعية في المجتمع الغربي . اذ تدعم الدور السياسي للرجل العادي . وتزايد دور الطبقة المتوسطة في المجتمع . وتطورت تكنولوجيا الطباعة وصناعة الورق ، وتدعم دور التعليم ، وأنشئت المدارس العامة .

وأدى ذلك الى وجود الصحيفة الرخيصة الثمن ، التي تقبل عليها الجماهير . .

وبدأت الصحف تبحث عن الانباء من مصادر مختلفة ، مما أدى الى تزايد دور المراسلين ، وأنشئت وكالات الانباء ، التي استفادت من التطور التكنولوجي في مجال التلغراف .

وتلى ذلك وجود الصحافة الصفراء *yellow journalism*

فمع تنافس الصحف من أجل الحصول على قراء أكثر ، مما أدى الى اجراء العديد من المحاولات والاساليب لجذب القراء ، ومنها ادخال الصور الهزلية الملونة ، ومن هذه الشخصيات الهزلية شخصية « الجدى الاصفر » :

yellow kid ومن هذا اشتقت الصحافة الصفراء .

ولم تأخذ الصحافة الصفراء في اعتبارها أخلاقيات الصحافة . واحتج على
الصحافة الصفراء رجال الدين والتعليم والقانون والحكم ، وهكذا ووجه ملاك
هذه الصحف بفقدان الثقة في صحفهم وبالتدريج أصبحت الصحافة أقل اثارة
وأكثر مسئولية ، وبدأت تتضح مسئوليات الصحافة .



عملية الاتصال

يمكن القول أن الاتصال عملية تفاعل بين المرسل والمستقبل وذلك بنقل المعلومات والأفكار والاتجاهات .

وقد يكون الاتصال مباشرا أو غير مباشر ، وفيما يتعلق بالاتصال المباشر فإن العلاقة مباشرة بين المرسل والمستقبل ، أى وجها لوجه ، ويتدخل عنده وسيط بين المرسل والمستقبل ، وذلك فى الاتصال غير المباشر .

وفى الاتصال الجماهيرى يخاطب المرسل أفرادا لا يعرفهم ولا يعرف رد فعلهم فيما يتعلق بمضمون رسالته الاعلامية التى يوجهها .

وتحدد عناصر العملية الاتصالية فى :

- القائم بالاتصال
- مضمون الرسالة
- وسائل الاتصال
- المستقبل
- الاثر أو الفاعلية



عناصر العملية الاتصالية

القائم بالاتصال

بعد القائم بالاتصال عنصرًا بالغ الأهمية في العملية الاتصالية ، ويمكن القول أن القائم بالاتصال يعمل على تقديم المعلومات الى الافراد و اضافتها الى مداركهم واقناعهم بها ، ومحاولة التأثير على مواقفهم واتجاهاتهم .

وبرؤخذ في الاعتبار مدى توفر الكوادر التي تتولى عملية الاتصال ، ومدى توفر الامكانيات المادية .

وقد يكون القائم بالاتصال فردا ، أو جماعة ، أو مؤسسة ، أو دولة أو منظمة دولية . . . الخ .

وغالبا ما يسير القائم بالاتصال في اطار تحقيق سياسة معينة ، وبالتالي فان عمله يتحدد بهذه السياسة .

ولا شك أن البيئة المحيطة بالقائم بالاتصال تؤثر فيه ، وعليه أن يأخذ في الاعتبار البيئات الاخرى ، ولا سيما البيئة المرتبطة بالجمهور ، الذي يترجمه اليه .

ومن المفروض أن يتحكم القائم بالاتصال في مضمون الرسالة ووسائل الاتصال والمستقبل .



مضمون الرسالة

يتحدد مضمون الرسالة من خلال صياغتها ، وهنا تبرز حجج القائم بالاتصال ، ويتم ذلك من خلال الرموز التي توضع في ترتيب معين يعطى معاني معينة .

ويتطلب فهم الرسالة معرفة مستقبلها بالرموز المستعملة ، الأمر الذى يوضح أهمية صياغة الرسالة الاعلامية .

ومن اللازم عند صياغة الرسالة الاعلامية الأخذ فى الاعتبار مستقبل الرسالة الاعلامية . وبالتالي فمن الاهمية معرفة خصائص وطبيعة مستقبل الرسالة الاعلامية ، واختيار المداخل المناسبة للوصول اليه ، وذلك لكي تتكيف الرسالة الاعلامية مع مستقبلها ، ولهذا يتعدد المنطق الاتصالي بتعدد مستقبلى الرسالة الاعلامية .

وتراعى الظروف البيئية لمستقبل الرسالة الاعلامية . واذا لم يلم رجل الاعلام ببيئة الاتصال فان الرسالة الاعلامية تحرز اخفاقات ، نظرا لان عدم الامام ببيئة الاتصال يجعل الرسالة لا تأخذ فى اعتبارها ظروف المستقبل ، وبالتالي فان المستقبل لا يستجيب فى أغلب الاحيان للرسالة ، بل ان رد الفعل قد يكون فى اتجاه مفاير للعملية الاتصالية .

ويجب أن تصاغ الرسالة بحيث تثير اهتمامات مستقبلها ، وأن يجد الاخير مصلحة معينة فى استقبالها .

ومن الاهمية أن تتسم الرسالة بالوضوح وتقديم أدلة تبرر منطق الرسالة ومما يزيد فاعلية الرسالة أن تكون الادلة منسوبة الى مصادر موثوق بها ، وهذا يساهم فى زيادة قدرة الرسالة على الاقناع . ويراعى درجة تصديق المصدر ، ومدى قدرة القائم بالاتصال على الاتصال .

وهناك من يرى أن الاقناع يتوقف على درجة تعلم الجمهور وموقف الفرد أو المستقبل الاصلى تجاه موضوع الرسالة . ووجد أن تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة أكثر فاعلية وتأثيرا على الجمهور ، واذا كان الجمهور مترددا فان تقديم الجانبين أكثر تأثيرا ، واذا كان الفرد أقل تعليما فان تقديم جانب واحد من جوانب الموضوع يعد أكثر فاعلية ، ويراعى ترتيب الحجج الاتصالية . .

ويلاحظ أن الرسائل التي تردد رأى الاقلية لا يحتمل أن تجسنب الكثير من المؤيدين . .

ويرى البعض أن تكرار الرسالة من العوامل التي تساعد على زيادة فاعليتها ولا سيما التكرار على فترات . والتكرار هنا لا يعنى اعادة تقديم الرسالة . ولكنه يعنى اعادة عرض المضمون بأصاليب مختلفة .

وقد يلجأ الى الكذب عند صياغة الرسالة ، ومهما يكن من أمر فان الدعاية التي تلجأ الى الكذب هي أسوأ أنواع الدعاية ، ويلاحظ أن الدعايات العلمية التي تلجأ الى الكذب تراعى عدم اكتشافه .

وعادة ما تزيد فاعلية الكذب اذا كان الجمهور المستهدف قليل الحيلة بسبب المستوى الثقافى أو النظام الذى يخضع له .
ومن الاهمية بمكان مراعاة التبسيط عند صياغة الرسالة .



وسائل الاتصال

يقصد بوسائل الاتصال القنوات التي تربط المرسل بالمستقبل .

وتتنوع وسائل الاتصال الجماهيرى ، فهناك الوسائل المطبوعة ، وتشمل الصحافة اليومية والدورية والمخلىة والمجلات والكتب ، بالإضافة الى الوسائل السمعية والبصرية ، وتشمل الراديو والتليفزيون والسينما والمسرح .

ويزداد دور الراديو فى الدول النامية ، اذ يمكن أن يسمح من جميع السكان بكون التأثير بالامية من عدمه ولا يتأثر بصعوبة المواصلات التي قد تقف حائلا فى الاعلام ولا يحتاج لمجهود من المستمعين ، وقد يزداد دور الرحالة المنفعة عن غيرها من الرسائل .

ويلى التليفزيون دور الراجيو فى الوصول الى مختلف المناطق . كما أنه
(م ١٩ - العلم السياسية)

أقرب إلى الاتصال المواجهي ، إذ يجمع بين الصورة والصوت ، وقد يتفوق التليفزيون على الاتصال المواجهي ، وذلك بتكبير الأشياء الصغيرة ، وتحريك الأشياء الثابتة .

أما الوسائل المطبوعة فيمكن للقارئ أن يتحكم فيها وفقا لظروفه الذاتية ويمكن الاحتفاظ بها لمدة طويلة . وتحتاج إلى مجهود من جانب القارئ أكبر من الوسائل الأخرى .



المستقبل

يمكن تقسيم الجمهور قطاعيا وفقا للمعايير التي يضعها القائم بالاتصال ، وعادة ما يبرز في هذا التقسيم دور النخبة أو الضفوة ، والفئات المهنية ، ورجال الأعمال ، والعمال ورجال الدين ... الخ .

ويمكن أن يتحدد المستقبل على أساس جغرافي كأن تتوجه الرسالة الإعلامية إلى المجتمع الإسرائيلي أو الأمريكي أو الفرنسي ... الخ .

ومن الأهمية بمكان الأخذ في الاعتبار قادة الرأي ، حيث يتوجه الأعلام إليهم ، ويتولون بدورهم نقله إلى الجماهير بحكم مكانتهم في المجتمع ، ومن هنا يبرز دور قادة الرأي في العمل الإعلامي

ويؤخذ في الاعتبار خصائص الجمهور من حيث التعليم والسن والجنس والخصائص الشخصية

وكلمات: توفرت الدراسات التي تتناول مستقبل الرسالة الاتصالية كلما ساعد ذلك مع غيره في نجاح العملية الاتصالية وأدى إلى تحقيق رد فعل :

من مستقبل الرسالة الإعلامية تجاه مرسلها ، يبين feed back

التوافق مع أهداف القائم بالاتصال .



النظريات المعاصرة فى الاتصال

الجماهيرى

تطورت بحوث الاتصال الجماهيرى ، الأمر الذى أدى الى بروز عدة نظريات فى الاتصال الجماهيرى ، وأهمها نظرية الاختلافات الفردية ، ونظرية اثبات الاجتماعية ، ونظرية العلاقات الاجتماعية ، ونظرية الانماط الثقافية .

نظرية الاختلافات الفردية : -

The individual differences theory

بذلت محاولات لايجاد تفسيرات جديدة للسلوك البشرى . واذا كانت لطبيعة قد فشلت فى أن تمد الانسان بالقدرة الذاتية لترشيد سلوكه ، فان عليه أن يحصل على هذه المقدرة من البيئة التى تحيط به . ولذلك فان هناك اهتمام متزايد بين علماء النفس بصدد عملية التعلم الانساني .

وأصبح هناك تأكيد على الارتباط association والعادة habit

عند تناول السلوك ، مما ساهم فى تكوين عدد من نظريات التعلم .

وبرزت مصلحة مرتبطة بهذه العملية وهى الدافع motivation

وقد أدت دراسة الحوافز من خلال التجارب العملية أدت الى الاقتناع أن بعض الدوافع يمكن الحصول عليها من خلال التعلم ، كما أنه لا يمكن لكل الافراد أن تحركهم نفس الحوافز مع تزايد الاعتراف بالدافع الفردى والاختلافات فى التعلم ، وبهذا فقد اعترف على نطاق واسع بالاختلافات بين الافراد فى شخصيتهم .

وتشكلت مفاهيم جديدة فى علم النفس الاجتماعى لتحل محل فكرة الغريزة . ولا سيما اصطلاح « الاتجاه » attitude وتزايدت أهميته كوسيلة لشرح الابعاد المختلفة للأعمال البشرية .

وتطورت تكتيكات قياس الاتجاه ، الأمر الذي أدى الى دراسة الاختلافات الفردية وما يتعلق بها .

وأدى ذلك الى القبول أن البشر يختلفون بشكل كبير فى خصائصهم الشخصية ، وبدأت هذه الاختلافات من خلال الخصائص البيولوجية لكنها ترجع الى الاختلاف فى درجة التعلم .

ويكتسب الفرد من البيئة التعليمية مجموعة من الاتجاهات والقيم والمعتقدات ،

وهنا تتضح الاختلافات الفردية حتى أن التوائم ذوى الخصائص البيولوجية الواحدة ، يصبحون أكثر اختلافا فى تركيب الشخصية عندما تتم تربيتهم فى بيئات اجتماعية مختلفة .

وأصبح هناك اعتراف بأن الاختلافات الشخصية التى يتم الحصول عليها من الوسط الاجتماعى ، تعد أساسا للنظر أو لادراك الاحداث ، ويختلف ذلك من شخص لآخر .

أى ان الرسائل الاعلامية يجب أن تتفاعل مع الخصائص الشخصية لمستقبلها .

The social Categories theory ، نظرية الفئات الاجتماعية ،

تعرض هذه النظرية أن هناك فئات اجتماعية فى المجتمعات الحضرية الصناعية ، ولديها خصائص تتعلق بالعمر والجنس ومستوى الدخل والمستوى التعليمى والدين ، ومعرفة هذه المتغيرات يساعد فى وضع محتوى الاتصال . وهذا يساعد على معرفة السلوك تجاه قراءة الصحف مثلا ، واختيار كتب معينة ومدى الاستماع الى الراديو أو الى برامج معينة .

وفى المجتمعات التى يقل فيها تقسيم العمل نجد أن الناس يكونون أكثر

نظرية العلاقات الاجتماعية

The Social Relationships theory

تركز هذه النظرية على دور العلاقة بين الجماعات في عملية الاتصال

The role of group relationships in the mass communication process الجماهيري

اذ أن العلاقات الاجتماعية تلعب دورا في تحديد الطريقة التي يتصرف بها فرد معين تجاه رسالة تأتي اليه عن طريق وسائل الاعلام ، حيث أن اقبال عدد من الاشخاص على وسائل الاعلام قد يعد محدودا .

وهنا يحولون على الاعلام من أشخاص آخرين يقبلون على وسائل الاعلام بشكل مباشر firsthand أى ان حركة الاعلام تتحدد من خلال مرحلتين أساسيتين :

١ - حركة الاعلام من الوسيلة media الى الاشخاص الذين يقبلون على الاعلام بشكل أكثر نسبيًا ، ويكون تعرضهم لوسائل الاعلام بشكل مباشر .

٢ - تحرك الاعلام من هؤلاء الاشخاص من خلال الاتصال الشخصي الى الافراد الذين يتعرضون بشكل أقل للاعلام والذين يعتمدون على الآخرين في الحصول على الاعلام .

ومن هنا أطلق على هذه النظرية : « نظرية تدفق الاعلام على مرحلتين » two-step flow of communication وأطلق على الافراد الأكثر اتصالا بوسائل الاعلام « قادة الرأي » opinion leaders حيث يلعبون دورا كبيرا في تشكيل الرأي العام ، وهؤلاء لا يقدمون المعلومات فقط ، ولكنهم يفسرون محتوى الاتصال .

وهذا النوع من التأثير الشخصي أصبح معترفا بأهميته .

نظرية الأنماط الحضارية The Cultural Norms Theory

تفترض هذه النظرية أن وسائل الاعلام من خلال تقديمها للرسالة الإعلامية بشكل انتقائي ، وتأكيدا على أفكار معينة تخلق انطباعات بين مستقبلها أن الانماط الحضارية المشتركة التي تخص الموضوعات التي تم التأكيد عليها ، قد حددت ووضعت بشكل معين .

وعادة ما يوجه سلوك الفرد بالانماط الحضارية فيما يتعلق بموضوع أو وضع معين .

وهناك ثلاث طرق على الأقل تستطيع بمقتضاها الوسيلة الإعلامية أن تؤثر على الانماط والاضلاع الخاصة بالافراد وهي :

١ - يمكن لمحتوى وسائل الاعلام الجماهيري أن يقوى من الانماط الموجودة ، ويجعل البشر يعتقدون أن الاشكال الحضارية المعطاة يعمل المجتمع على المحافظة عليها .

٢ - يمكن للوسيلة الإعلامية أن تخلق اقتناعات جديدة فيما يخص الموضوعات التي كان للجماهير تجارب ضئيلة سابقة بصدها .

٣ - يمكن لوسائل الاعلام أن تغير الانماط القائمة ، وتحول الناس من نمط من السلوك الى نمط آخر حسب الاحوال .

ولكن هناك تساؤل عما اذا كانت الوسيلة الإعلامية تؤدي هذه الاشياء بشكل فعلي ؟

فقد ذهب « لازرفيلد ، Lazarsfeld » و « مرتون ، Merton »

الى القول أن الوسيلة الإعلامية تعمل في اطار محافظ ، وتتبع الانماط العامة كالقيم والمعتقدات . ولا تلجأ كثيرا الى اتباع الاشكال الجديدة ، وان الوسيلة تتبع الأمر الواقع أكثر من لجونها الى خلق أنماط جديدة .



تعريف للاعلام الدولي

هناك عدة تعريفات للاعلام أو الدعاية (١) ، وبوجه عام يمكن القول أن الدعاية هي محاولة التأثير على الآخرين للتصرف بشكل معين ، ما كانوا يتصرفونه في غيابها . أى انها الاتصال بفرض الاقتناع من خلال وسائل الاعلام وذلك لتغيير الآراء تجاه مسائل معينة (٢) .

والدعاية بوجه عام هي نشر الافكار أو المواقف التي تؤثر على الآراء أو السلوك ، أو كليهما .

أما الدعاية الدولية ، فانها تتجاوز الحدود الدولية ، حيث تقوم مؤسسات أو أفراد من دولة معينة بنقل الدعاية لمواطني دولة أخرى . بغض النظر عن جنسية الاشخاص الذين يتولون العملية الدعائية (٣) .

وغالبا ما تكون الدعاية الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول ، تؤثر وتتأثر بالوسائل الاخرى .

وهناك عدة تعريفات للسياسة الخارجية (٤) وهي بوجه عام النشاط

أنظر : -

(١)

- Adi. H. Doctor, *International Relations, An Introductory study*. New Delhi, Vikas Publications, 1969. pp. 128-145.

(٢)

- Geoffrey K., Roberts, *A Dictionary of Political Analysis*, London, Longman, 1971, p. 1976.

(٣)

- L. John, Martin, *International Propaganda, Its Legal and Diplomatic Control*, University of Minnesota Press, 1958, p. 16

(٤) أنظر : -

- Quincy: Wright, *The study of International Relations*, Bombay, The Times of India Press, 1970, pp. 168-178.

الذى تمارسه الدول فى الموهان الدولى من تطوير مؤسسات معينة ، بغية تحقيق أهداف معينة .

وهناك عدة عوامل تؤثر فى السياسة الخارجية للدول المختلفة ، منها : الميراث التاريخى ، فالسياسة الخارجية لكل دولة تكون لمدى معين ، نتاجا لتاريخها الخاص ، أما الموقع الجغرافى ، فيؤثر على السياسة الخارجية وفقا لخصائص الدولة الجغرافية ، كما تؤثر الامكانيات الاقتصادية للدولة على سياستها الخارجية من خلال الوسائل الاقتصادية للسياسات الخارجية للدول ، وتؤثر الامكانية العسكرية فى السياسات الخارجية ، وهى عرضة للتغيير ، بالنظر الى التطور فى أسلحة الدمار الشامل ، ويؤثر عدد السكان فى سياسة الدول الخارجية ، وتزداد أهمية هذا العامل اذا اقترن بالتقدم التكنولوجى ، ويؤثر النظام الدولى على السياسة الخارجية ، كما تؤثر الايديولوجية الا انها فى كثير من الاحيان تعد مبرزا ظاهريا للسياسة الخارجية (١) .

ويؤثر النظام الداخلى فى سياسة الدول الخارجية لا سيما خصائص النظام السياسى والقوى السياسية الظاهرة والمستترة .

وهناك عدة وسائل سياسية واقتصادية وعسكرية ودعائية واجتماعية وثقافية ، تعمل على تحقيق أهداف السياسة الخارجية . أى ان الدعاية الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول ، وأصبحت الدعاية وظيفة من وظائف الحكومات ابان السلم والحرب مع تزايد الاتصال السياسى على المستوى الدولى ، ولا سيما فى أوقات الازمات والمحن .



(١)

- L., Kurt, *How foreign Policy is Made*, New York, 1949, p. 12.

محمد على العوينى ، السياسة الخارجية الاسرائيلية فى الرقيا ، رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة - ١٩٧١ -
ص ص ٢ - ٥ .

أهداف الإعلام الدولي ووظائفه

إذا كان الإعلام الدولي وسيلة من وسائل السياسة الخارجية ، فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة ، وتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية **National Interest** للدولة في المقام الأول ، وتختلف قوة هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي ، بالإضافة إلى قوة الإعلام الدولي ، والوسائل الأخرى للسياسات الخارجية ، والدعاية مهما بلغت من قوة تعد انعكاساً للأوضاع العسكرية والسياسية والاقتصادية القائمة ، بالإضافة إلى تفاعلها مع هذه الأوضاع وتأثيرها وتأثرها بها .

ويستطيع الإعلام الدولي الفعال بفضل العوامل العسكرية والسياسية والاقتصادية والدولية ، بالإضافة إلى الظروف المحلية ، أن يدعى أفكاراً ومعتقدات غير حقيقية ، ومع تكرار مرتكزات المنطق الدعائي ، الأمر الذي يؤدي إلى رسوخه في ذهن المستقبل الأجنبي للرسالة الدعائية .

وعندما تنشأ الإزمات تصل أهمية السياسة الخارجية إلى النقطة القصوى ، وبالتالي يزداد الاهتمام بالوسائل المختلفة للسياسة الخارجية ومنها الإعلام الدولي .

ومن هنا تتفاعل إمكانيات الدولة العسكرية والاقتصادية والسياسية ، والخصائص السيكولوجية للرأى العام ، مع الوسيلة الدعائية ، فتؤثر وتتأثر بها ، ومع اشتداد الإزمات يزداد الإقبال على تعرف الأشياء والمواقف ، وأهمية إعطاء الرموز والمعاني للأوضاع القائمة . ومن هنا يبرز دور البقاء النفسى للأفراد وإمكانية التأثير عليه .

وفي وقت الإزمات تزداد حساسية الخواص العقلية والنفسية المتصلة

بعملية التفكير من حيث استماعة العقل بالرموز والانماط والتجسيد ، والميل الى التبرير ، مع تعقد الظروف السيكولوجية الخاصة بلجوء الدعاية الى التكرار والملاحقة .

وهكذا ، فان الدعاية في حد ذاتها في حاجة الى الارتباط بوضع عسكري أفضل وامكانية اقتصادية معقولة ، وعمل دبلوماسي فعال ، فاذا كانت هناك دعاية فعالة قائمة على أساس علمي ولا يساندها وضع عسكري ملائم ، ودبلوماسية قوية ، وقوة اقتصادية معقولة ، لقلت أهميتها ، وذلك لأن الدعاية تعكس أساسا صورة قائمة ، كل هذا يبين الارتباط بين فاعلية الدعاية وغيرها من الاوضاع العسكرية والاقتصادية والسياسية (١) .

ولا تخفى الجوانب الاقتصادية للدعاية من حيث حجم الانفاق عليها ، وقوة المؤسسات الموكل اليها العمل الدعائي ، واجتذاب الكوادر المؤهلة لذلك ، وقد كان للتطور الذي أصاب وسائل الاتصال أثر في ارتباط العالم ببعضه ببعض ، على نحو وثيق ، الأمر الذي ساهم في تقوية الدور الذي يقوم به الاتصال الدولي رغم اختلاف النظم السياسية ودرجة النمو الاقتصادي . . كما أن احتكار الاتصال الجماهيري الدولي مشكلة تقابل الدول ذات الامكانيات المحدودة ، في وقت دخل فيه العالم عصر العالمية ، وقد أحدث اختراع الوسائل الفنية الخاصة بارسال الرموز تغييرات ثورية في الاتصال ، ومكنت سبل الاتصال العديدة من احداث تغيرات كبيرة في الثقافة الانسانية بصفة عامة ، فالاتصال الجماهيري أحد العمليات الاجتماعية ، وهو جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي .

(١) محمد علي العويني « الدعاية الاسرائيلية والحرب العربية الاسرائيلية الرابعة - اذاعة اسرائيل العبرية كحالة للدراسة - في محمد علي العويني والسيد عليوة حسن وسامير كنعاني « مقالات في الدعاية الصهيونية وحرب أكتوبر » بيروت - مركز الابحاث - منظمة التحرير الفلسطينية - أبريل ١٩٧٤ - ص ٥ - ٧ .

واعتمد التفاهم الدولي على تصور كل دولة للأخرى ، ومن ثم جاء التحول الثقافي من النظام التقليدي المطلق الى النظام الجماعي المفتوح ، ويرجع ذلك - بصفة أساسية - الى الكفاءة المتزايدة لاجهزة الاعلام ، ومساهمتها في التغيير الثقافي والاجتماعي (١) .

ولا يخفى الجانب الاقتصادي لهذه القضايا من حيث كفاءة العمل الدعائي - خاصة - في عصر تعقدت فيه طرق الاتصال ، ومضاربت المصالح وتصارعت الايديولوجيات ، وتفاعلت العوامل الداخلية في التأثير على القرارات السياسية .

- وكثير ما يعمل الاعلام الدولي - في حد ذاته - على تعبئة الكراهية ضد العدو ، والحفاظ على صداقة الصديق ، والحصول على تعاون المحايدين ، وتحطيم الروح المعنوية للعدو . وهذا في حد ذاته يتوقف على أبعاد التخطيط الدعائي ، ومدى ارتباطه بالتخطيط السياسي ، والوسائل الدعائية المتبعة ، ومتابعة التنفيذ ، والاستفادة منه في تطوير التخطيط حتى يتسم بالسمة الديناميكية .

- ومن اللازم أن تتكيف الدعاية مع مستقبل الرسالة الدعائية ، وهذا يوضح تعدد وسائل الاعلام ومؤسساته ، وإبراز المداخل المناسبة لمستقبل الرسالة الدعائية . وعلى هذا الاساس ، تبدو أهمية معرفة الرأي العام الدعائي ، بتعدد مستقبل الرسالة الدعائية ، وهكذا فان الدعاية تتوجه وفقا لخصائص مستقبل الرسالة الدعائية ، مما يساهم في تحديد الفاعلية الدعائية .

(١) أنظر : -

- *Symposium Liubljana 1968. Mass Media and International Understading. School of Sociology, Political Science and Journalism, Ljubliana, 1969.*

- ويهدف الإعلام الدولي للمنظمات الدولية الى المساهمة في تحقيق اهدافها ، وغالبا ما ترتبط هذه الاهداف بتحقيق السلام العالمى .
والتعاون الدولى ، من خلال نشر رسالتها الاعلامية على نطاق عالمى
بالوسائل المختلفة ، والاخذ فى الاعتبار النخبة التى يزداد تأثيرها
بشكل أو بآخر .

- ويختلف الإعلام الدولي من منظمة دولية الى أخرى ، تبعا لاهداف المنظمة ، وامكانياتها وطبيعتها وسائلها ، كما أن الإعلام الدولي لمنظمة معينة يتطور من سنة الى أخرى ، تبعا للمتغيرات الجديدة والقضايا المثارة ، والتطورات التى تحدث فيها .

- ويمكن القول أن وظائف الإعلام الدولي تشمل فى (٦) :

١ - الاتصال بالجماعات المؤثرة :

- يتولى الإعلام الدولي الاتصال بالجماعات المؤثرة فى النظم السياسية المختلفة ، كالأحزاب وجماعات الضغط والجماعات المصلحية وأعضاء البرلمان ، ومختلف المؤسسات المؤثرة فى صناعة القرار السياسى .

- وهنا يؤخذ فى الاعتبار طبيعة النظم السياسية السائدة ، وطرق اتخاذ القرار ومدى ديمقراطيته ، وهل يفرس من القيادة على المحكومين ومدى مساهمة المحكومين فيه ؟ .

- وعلى هذا الأساس فإن الاتصال بالجماعات المؤثرة عامل هام فى التأثير على موقف الدولة من القضايا المطروحة ، وفى هذا الصدد يؤخذ فى الاعتبار درجة الموقف السياسى للدولة ، وتتراوح هذه المواقف بين التأييد

(١) انظر : محمد على الخوينى - الإعلام العربى المشترك فى إطار جامعة الدول العربية ، مجلة شئون فلسطينية ، العدد ٢٠ ، أبريل ١٩٣٧ من ص ١٨٠ - ١٨١ .

والحياد والمعارضة التامة والمعارضة وبالتالي فمن الاهمية تحديد الموقف السياسي للدولة والعمل على زحزحته نحو درجة التأييد الممكنة لصالح القضايا المعروضة ويكون موقف الدولة معيارا لتحديد الطريقة التي يتدخل بها الاعلام الدولي ، ومدى الامكانية المتاحة لهذا الاعلام وقدراته والظروف التي يعمل بها .

ويفيد الاتصال بالجماعات المؤثرة ، بالاضافة الى سيطرتها على عمليات صناعة القرارات ، في أن أعضاء هذه الجماعات يعدون النخبة التي تؤثر على الجماهير ، وهكذا يتحقق الاتصال بالجماهير من خلال النخبة ويستلزم ذلك من خبير الاعلام الامام بالنظم السياسية والقوى الرسمية والقوى غير الرسمية وعملية صناعة القرارات والدعاية المضادة التي تقف أمام الاعلام الدولي الذي يتولاه هذا الخبير ، ويؤخذ في الاعتبار الجوانب الاجتماعية والثقافية والحضارية السائدة ، الامر الذي يفيد في مزاولته لوظيفته الاعلامية .

٢ - الاتصال بالجماهير :

يتم اعلام الجماهير بالاتصال المباشر أو الاتصال غير المباشر من خلال المحاضرات والمؤتمرات الصفحية والمنشورات والراديو والتليفزيون والمسرح والسينما والمعارض والسياحة وغيرها .

وهذه الوظيفة تؤثر في الراى العام بشكل عام ، الامر الذي يؤثر على المستقبلين بغض النظر عن مدى تأثيرهم في اتخاذ القرارات .

ويتحدد تأثير الاتصال بالجماهير على مدى أطول نظرا :

- لانه يخاطب قطاعا عريضا وفئات مختلفة متباينة في درجات التعليم والمصالح والاتجاهات ، كما انها كثيرا ما تتأثر بمواقف النخبة .

- ويزداد اهتمام الجماهير بالقضايا التي تهمهم بشكل أو بآخر ، وكلما

استحوذت قضايا معينة على اهتماماتهم كلما تابعوها بشكل أكثر من غيرها .

- ويلاحظ أن الاتصال الفعال بالجمهور يتطلب امكانيات كثيرة ووسائل متعددة الامر الذي يعنى نفقات طائلة .

وهناك من علماء السياسة والاعلام الدولي من يركز على الاتصال بالجماعات المؤثرة ، وهناك من يركز على الاتصال بالجمهور ، وهناك من يركز على الوسييلتين معا ، وهذا فى تقديرى الاختيار الملائم .

٣ - وظائف تمثيلية :

كثيرا ما يقوم الاعلام الدولي بوظائف تمثيلية ، وذلك بتمثيل الدولة التى ينتمى اليها ، أو المنظمة التى ينوب عنها ، وعلى سبيل المثال فاننا نجد أن مكتب الجامعة العربية فى الولايات المتحدة يقوم بوظيفة تمثيلية وذلك بتمثيل الجامعة العربية لدى الأمم المتحدة ، بالإضافة الى صفته الاعلامية ، كما أن المكاتب الأخرى لجامعة الدول العربية فى الخارج تعد ممثلة للجامعة العربية باعتبار الأخيرة منظمة اقليميه وقوميه .



الإعلام الدولي والنمو النامية

يعاني الاعلام الدولي للدول النامية (١) من انخفاض درجة فاعليته ، بسبب انخفاض درجة كفاءة المؤسسات الاعلامية ، وعدم تزويدها بالاشخاص الكفاء ، وانتشار المعوقات الادارية ، واعتبار المبررات الاخرى سببا جوهريا يتحكم في عمل هذه المؤسسات ، مع عدم المقدرة على ادراك طبيعة الوظيفة الاعلامية الدولية وحدودها ومداهها ، ومعالجة جوانب الضعف فيها . كما تعاني هذه الاجهزة بوجه عام من انخفاض امكانياتها المالية ، وعدم توفر الادوات العصرية الكفيلة بزيادة فاعلية العمل الاعلامي لهذه الدول ، الأمر الذي يعوق تحقيق أهداف سياستها الخارجية من خلال العمل الاعلامي .

وهكذا ، فان الاعلام الدولي للدول النامية مطالب بأن يصنع منطلقا اعلاميا ، يراعى ظروف هذه الدول ، وقضاياها السياسية والاقتصادية ، وظروف المجتمع الدولي وقضاياها ، ويؤخذ في الاعتبار الامكانيات المتاحة ، والاستفادة منها أكبر استفادة ممكنة ، ثم يترجم المنطق الاعلامي في شكل رسائل اعلامية متنوعة ومختلفة ، مع مراعاة خصائص مستقبل الرسالة الاعلامية ، على أن تتم عملية قياس مستمرة للمردود الاعلامي ، حتى يمكن معرفة الفائدة التي ترتبت على العمل الاعلامي ، والسعى باستمرار لزيادة فاعلية هذا العمل .

ولا يتأتى ذلك الا اذا استعانت الدول النامية بالكفاءات الاعلامية من المتخصصين في الاعلام الدولي والعلوم السياسية ، والعلاقات الدولية ، وازالة المعوقات الادارية بالتدرج ، واقامة اجهزة متخصصة في التخطيط الاعلامي ، والتنفيذ والمتابعة ، ورصد الاموال والادوات اللازمة لذلك ، ووضع الحوافز المناسبة لاطلاق الكفاءات ، وجعل اجهزتها عصرية بقدر المستطاع ، تأخذ بجوهر

(١) د. محمد علي العويني « الاعلام الدولي والدول النامية » الاهرام
١٠/٤/١٩٧٥ م .

التحديث لا بمظهره (١) .

وهناك عدة ملاحظات خاصة بالاعلام الدولي في الدول النامية :

- ١ - عدم الالمام بالفرقة بين الوظيفة الاعلامية الدولية ومتطلباتها والوظيفة الاعلامية الداخلية ومتطلباتها .
- ٢ - عدم الالمام بالعلاقة بين التخطيط السياسى والتخطيط الدعائى على المستوى الدولى .
- ٤ - اختيار الكوادر الاعلامية الدولية وفقا لشروط لا تتصل بالكفاءة فى كثير من الاحيان .
- ٥ - ندرة الخلفية الاكاديمية للعاملين فى الاعلام الدولى .
- ٦ - ضعف المؤسسات الاعلامية الدولية .
- ٧ - عدم الربط فى معظم الاحيان بين التخطيط والتنفيذ والمتابعة .
- ٨ - عدم توفر الامكانيات المالية ، واذا توفرت بشكل معين ، فيساء استخدامها .
- ٩ - ضعف الالمام بخصائص المستقبل الاجنبى للرسالة الاعلامية .
- ١٠ - عدم الاهتمام بدراسة المردود الاعلامى .

(١) أنظر : -

- Dominique Descouches, *Information et Developpement en Côte d'Ivoire* Thèse de Doctorat Université de Paris I, 1973.
- Godwin C. Chu and Sayed A. Rahim and D. Lawrence Kincaid (Ed.) *Communication for Group Transformation in Development*, East West Center, East West Communication Institute, Communication Monographs, No. 2, September 1976.

- ١١ - عدم صياغة منطق اعلامى ملائم ومتطور .
- ١٢ - تركيز الدراسات الاكاديمية ، ان وجدت ، على الجوانب التاريخية ، والنسبية ، وعدم الاهتمام بدراسات الدعاية الدوائية والدعاية المضادة والنخطيط الدعائى والتحليل الدعائى .
- ١٣ - عدم وجود تعاون كاف بين المؤسسات العلمية الاعلامية ، ان وجدت ، والاجهزة الاعلامية (١) .



(١) انظر : محمد على العوينى القرار السياسى ، واحتمالات الصواب والخطأ - الجمهورية ١٩٧٥/١٠/٥ م .

الإعلام الدولي ودائرة الصراع

يعانى عالم اليوم من عدد من الصراعات السياسية حول عدد من القضايا مثل قضية فلسطين ، ومسألة نظام الاقلية فى أفريقيا الجنوبية ، وقضية قبرص وغيرها ، وقد بينت السوابق التاريخية أن لكل صراع أبعاده الداخية والاقليمية والدولية مع مراعاة التفاعل بين عناصر القوى وما يؤدى اليه ذلك من تطور فى الصراع ومعالجته بشكل أو بآخر الا أن ذلك لا يمنع من وجود عناصر مشتركة بين الصراعات المختلفة ، الأهم الذى يفيد فى معالجة الصراعات الحالية ..

عناصر القوى فى الصراع : تتحدد المحصلة النهائية للصراع من عناصر القوى المتوفرة لدى طرفى الصراع بالمعنى الواسع لهذا المفهوم ، ويمكن القول ان عناصر القوى لطرف الصراع تحتوى على القوى العسكرية والقوى الاقتصادية والقوى السياسية والقوى المعنوية والقوى البشرية .

ويمكن استخدام المناهج المتطورة كالرياضيات والحاسبات الالكترونية فى تحديد عناصر القوى بوجه عام ، الا أن هذا التحديد يظل غير دقيق ، نظرا لوجود عناصر قوى من الصعب قياسها كالقوى المعنوية ومسائل أخرى كالمفاجأة وتطوير الاستراتيجية والتكتيك واللجوء الى بدائل أخرى لم تستخدم من قبل وغير ذلك من المسائل التى قد تجعل التنبؤ بأبعاد الصراع الساخن فى مرحله معينة أمرا صعبا ويؤخذ فى الاعتبار مدى توفر المعلومات التى على أساسها تتخذ القرارات ، وخصائص القائمين بدراسة هذه المعلومات ، ومدى الاستفادة من هذه الدراسة .

فصانع القرار فى عملية الصراع يبني قراره على عناصر ملموسة وعناصر أخرى غير ملموسة ، ومن العناصر غير الملموسة الخصائص النفسية لصانم

القرار من جانب العدو ، وللحالة المعنوية لقوات الصراع ، وهذه هي العضلة التي تواجه صانع القرار .

وتعتبر قرارات ادارة الصراع ، في أغلب الاحيان ، قرارات مصيرية ، بمعنى أنه يترتب على نجاحها تحقيق انجاز ضخم كثيرا ما يمتد الى الاجيال القادمة ، ويترتب على فشلها تحقيق تدمير شامل وهلاك آلاف الازواح وما يؤدي اليه ذلك من آثار ضارة تمتد الى الاجيال اللاحقة ، الأمر الذي يبين الاهمية القصوى لعملية صناعة القرار .

ومن المشاكل التي تواجه ادارة الصراع وجود أكثر من طرف يكونون أحد طرفي الصراع .

وعلى سبيل المثال : فالصراع العربي الاسرائيلي يحتوى أساسا على طرفين للصراع وهما : العرب واسرائيل . ولكن العرب يكونون أكثر من طرف ، وهنا فإن الطرف الاسرائيلي يتخذ قراراته من قبل أجهزة محددة ، أما الجانب العربي فتتخذ قراراته من قبل أجهزة كل دولة عربية ، الأمر الذي يبين أهمية التنسيق والتنسبة للجانب العربي .

معالجة الصراع : تقتضى معالجة الصراع الاعتماد على العقلانية واستبعاد العواطف والانفعالات والشعارات التي تنسم بقصر النظر ، فمعالجة الصراع لا تنسم بالتمنى وليست حلما يحلم فيه صانع القرار أن أحرز الانتصار النهائي وانتهى الأمر ، ولكنها عملية معقدة وشاقة ، ونابعة أساسا من عناصر القوى التي يتسم بها طرف الصراع ، فالقضية ليست أخذ كل شيء أو فسادة كل شيء ، ولكنها أساسا مبنية على الحسابات لعناصر القوى بوجه عام .

وقد تقتضى معالجة الصراع اللجوء الى القوة العسكرية بقدر ، ثم استخدام القوة الاقتصادية ، واللجوء الى الدبلوماسية ، أو استخدام الثلاثة معا في وقت واحد ، أو تقديم قوة على الأخرى ، أو الغاء وسيلة معينة ثم العودة

اليها ، وهكذا تقتضى متطلبات الصراع استخدام العناصر المختلفة وفقا لتقدير الموقف وطبيعته .

وقد يضطر صانع القرار أن يلجأ الى وسيلة معينة مضطرا ، نظرا لوجود عنصر خارج عن ارادته ، مثل مواقف القوى الكبرى ، أو درجة امدادات السلاح أو قد يقبل مبادرة معينة ، نظرا للتطور فى موقف قوى عظمى معينة ، ولو ترك صانع القرار نفسه للتمنى والعواطف لكان الأمر مختلفا .

كل ذلك يقتضى من الفرد أن يتأنى عند الحكم على قرار معين ، فقد يراه خاطئا ، وذلك نظرا لأنه ليس على علم بعناصر كثيرة خافية عليه وعندما تتاح له الظروف ليرى هذه العناصر الخافية فإنه يغير حكمه على القرار ، ويؤكد ذلك السوابق التاريخية ، فالمواقف السابقة على حرب أكتوبر كانت تشكك فى مسائل معينة ، وعندما أتت الحرب ثبت أن التشكيك لم يكن صحيحا .

وقد يكون من المفيد أن تلجأ ادارة الصراع الى المفاوضات فى فترة معينة وتحقق ما تريد فى حدود الممكن ، وقد تقتضى الظروف اللجوء الى القوة ، وهذه هى المسائل الشائكة ، التى تحيط بادارة الصراع ، الأمر الذى يقتضى عدم التسرع فى الاحكام ، والتروى وانتظار النتائج ، ومراعاة الظروف .

وهكذا يبين العرض السابق أن القوى المعنوية عنصر هام فى ادارة الصراع وهذا الدور ملقى أساسا على الاعلام الداخلى والاعلام الدولى ، ومن مهام الاعلام الدولى أنه ينقل على المستوى العالمى عناصر القوى التى يتمتع بها طرف فى الصراع ويصيفها فى منطلق اعلامى ملائم ، ويرد هذا المنطق فى الوسائل الاعلامية المختلفة على أن يؤخذ فى الحسبان خصائص المستقبل الاجنبى للرسالة الاعلامية ، وهكذا ينقل الاعلام الدولى للعالم طريقة ادارة الصراع من جانب الطرف المعنى فى مواجهة الطرف الآخر ، وكلما كانت هذه

الإدارة قوية كلما ساعد ذلك الإعلام الدولي لأنه يمكن القوة ، ويدعم ذلك اذا تمتع الاعلام الدولي فى حد ذاته بالقوة .

أى هناك قوتان : -

(أ) قوة ادارة الصراع + قوة الاعلام الدولي .

وكلما كانت الادارة ضعيفة بشكل نسبي كلما أضعف ذلك من الاعلام الدولي لانه يعكس الضعف حتى ولو تمتع الاعلام الدولي فى حد ذاته بالقوة .

أى هناك :

(ب) ضعف ادارة الصراع + قوة الاعلام الدولي .

وهناك حالات اخرى مثل :

(ج) قوة ادارة الصراع + ضعف الاعلام الدولي .

(د) ضعف ادارة الصراع + ضعف الاعلام الدولي .

ويلاحظ أن (أ) هو الوضع الامثل ، ويليه (ج) ثم (ب) ثم (د) ، ومن الاهمية بمكان بالنسبة للدول التى تعاني من صراعات ، أن يلم خبراءؤها فى الاعلام الدولي بدوره فى ادارة الصراع .



الإعلام الدولي في إطار السياسة الخارجية

يتجدد: هذا الموضوع في نقطتين أساسيتين : -

- ١ - الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية
- ٢ - حدود الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية .

الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية :

يمكن القول أن السياسة الخارجية لأي دولة نتاج لعدة عوامل داخلية وإقليمية وقارية ودولية . وتتناول العوامل الداخلية الميراث التاريخي والايديولوجية والوضعية الديموجرافية والامكانية الاقتصادية والقدرة العسكرية والهيكل السياسي (١)

وتتعرض العوامل الإقليمية للنظام الإقليمي السائد في الإقليم الذي تنتمي إليه هذه الدولة وصلته بالنظام العالمي . وتحتوى العوامل القارية على تفاعل عناصر القوى على المستوى القاري وامكانية تأثيرها على السياسة الخارجية . وتتناول العوامل الدولية النظام الدولي وخصائصه وتطوره وأبعاده ، والعلاقة بين الدول الكبرى والدول الصغرى ، وعناصر القوى للأطراف المختلفة ومدى تأثيرها على السياسات الخارجية للدول . وبناء على ذلك يتم تشكيل السياسة الخارجية formulation of foreign policy من قبل مؤسسات

(١) أنظر : دراسات تطبيقية في هذا الموضوع مثل :

- د . محمد علي العويني « العلاقات السياسية بين إسرائيل ودول جنوب وشرق آسيا » ، ١٩٤٨ - ١٩٧٢ - رسالة دكتوراه - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة ١٩٧٤ .

- Michael Brecher, *The foreign Policy System of Israel, Setting, Images, Process*, London, Oxford University Press, 1972.
- W. Phillips Davison, *International Political Communication*, New York : Frederick A. Praeger, 1965, pp. 3-10.

صناعة السياسة الخارجية، وكثيرا ما تكون هناك مؤسسات رسمية وأخرى غير رسمية، وكثيرا ما يقوى دور المؤسسات غير الرسمية على دور المؤسسات الرسمية، وان كان يختلف باختلاف النظم السياسية ودرجة التطور في مختلف أنحاء العالم.

ويلاحظ أن السياسة الخارجية الحديثة لم تعد تعتمد على فرد، بل تعتمد على فريق، وهكذا أصبح صانع القرار في مجال السياسة الخارجية يعتمد على فريق من المستشارين في تخصصات مختلفة، ويعرض عليهم الموضوعات التي تدخل في إطار تخصصاتهم، وكثيرا ما يستلزم الامر عرض الموضوع الواحد على تخصصات مختلفة، وبناء على ذلك يتم التوصل الى مجموعة من البدائل alternatives التي تعالج قضية معينة، ويوضع لكل بديل مزاياه ومساوئه، كما يرجع على آخر، وبهذا يترك لصانع القرار في مجال السياسة الخارجية أن يختار البديل الملائم من بين البدائل المعروفة، وهكذا لم تعد السياسة الخارجية مبنية على أساس التسرع والانفعال وعدم الدراسة، بل أصبحت مبنية على دراسة وتعمق وتطبيق مناهج علمية متطورة مع الاستعانة بالفريق، على أن هذا لا ينفي دور المؤسسات البرلمانية والحزبية وغيرها التي قد تتولى وضع الصفة الديمقراطية أو الشرعية على قرار معين في السياسة الخارجية، ويلاحظ أن هناك دولاً لا تتبع هذه الطرق في صناعة سياستها الخارجية، ولا سيما الدول النامية، وهذا يساعد في كثير من الأحيان على فهم الاخفاقات التي تعاني منها هذه الدول في المجالات الخارجية والداخلية.

وكثيرا ما تكون هناك سياسة معلنة Declaratory policy

وسياسة فعلية Action policy، ولدواع معينة قد تختلف السياسة المعلنة عن السياسة الفعلية، وكثيرا ما تستدعي الظروف عدم اعلان السياسة الفعلية وقد يعلن عنها فيما بعد، وبعد زوال الظروف المؤدية الى ذلك.

Implementation of foreign policy: ويتم تنفيذ السياسة الخارجية في أعقاب تشكيلها ، وذلك باتباع وسائل مختلفة ومتعددة كالوسائل السياسية والوسائل الاقتصادية ، والوسائل العسكرية والوسائل الاعلامية ، والوسائل الاجتماعية والثقافية ويدخل في إعداد الوسائل السياسية التمثيل الدبلوماسي والمقابلات والزيارات السياسية ، ومعاهدات الصداقة ، وممارسة دبلوماسيه القمة ، أى لقاء رؤساء الدول وملوكها بعضهم ببعض وقيامهم بتقرير الامور في المسائل الهامة ، وقد نما هذا التطور الرهيب في وسائل المواصلات ، بحيث اصبح العالم أكثر تقاربا .

ويدخل في إعداد الوسائل الاقتصادية تنمية التجارة الخارجية ، وتقديم المساعدات والهبات والقروض ، واقامة المشروعات المشتركة ، وارسال الخبراء ، ويدخل في هذا الصدد ما يسمى بدبلوماسية المساعدات أى تقديم المساعدات لتحقيق اغراض سياسية .

وتتناول الوسائل العسكرية استخدام القوة في بعض الاحيان ، أو التهديد أو التلويح بها ، وتقديم المساعدات العسكرية ، وامدادات السلاح بأنواعه المختلفة .

وتشتمل الجوانب الاجتماعية والثقافية على تقديم المنح الدراسية ، وتدعيم العلاقات بين المؤسسات الثقافية والاجتماعية في الدول المعنية وتبادل الكتب والنشرات والأفلام التسجيلية وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات .

ولا يخفى أن هذه الوسائل لها جانب اعلامي ، فرئيس الدولة في ممارسته للوسائل السياسية على المستوى الدولي يطبق أيضا الوظيفة الاعلامية وتقديم المساعدات الاقتصادية لها جانب اعلامي ، وينطبق نفس الشيء على الوسائل العسكرية ق ولا يخفى أن تقديم المنح الدراسية وتدعيم العلاقات بين المؤسسات الثقافية والاجتماعية بين الدول المعنية وتبادل الكتب والنشرات يحتوى على جوانب اعلامية كبيرة .

ويعد الاعلام الدول وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية للدول ،
اذ انه وسيلة كغيره من الوسائل الاخرى يرمى لتحقيق أهداف السياسات
الخارجية من خلال المؤسسات الاعلامية الموكل اليها ممارسة الاعلام الدولي ،
وقيام البعثات الدبلوماسية بوظائف دعائية ، كما قد يتم ذلك بشكل مباشر أو
غير مباشر من خلال وكالات الانباء الدولية ، ولا سيما الواسعة الانتشار ،
والصحف والمجلات الدولية والاذاعات الدولية

وهناك عدة أمثلة في هذا الصدد مثل وكالة الاعلام الدولي الامريكية ،
ووكالة اليونيتد برس ووكالة الاسوشيتد برس ووكالة الانباء الفرنسية ،

وصوت أمريكا ، وراديو أوروبا الحرة

Radio Liberty راديو الحرية

جهود الاعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية :

تساند وسائل السياسة الخارجية بعضها البعض في محيها لتحقيق
الاهداف الموضوعية ، وفيما يتعلق بالاعلام الدولي فانه يعكس أساسا الاوضاع
القائمة ، أي انه اذا كانت الاوضاع العسكرية والسياسية والاقتصادية في
الدولة المعنية ، بالاضافة الي الوسائل المختلفة للسياسة الخارجية ، قوية وفعالة
بوجه عام ، فان الاعلام الدولي يعكس هذه الاوضاع ، ولكن هذا لا يقلل من قوة
الاعلام الدولي في حد ذاته من حيث تخطيطه وتكتيكاته وأساليبه ومتابعته
وتمشيه مع خصائص مستقبل الرسالة الاعلامية .

وكلما كانت السياسة الخارجية مبنية على أسس دقيقة وعلمية وتتبع
طرقا ملائمة في صناعة القرارات من خلال مؤسسات متطورة ووسائل فعالة ،
كلما ساعد ذلك الاعلام الدولي بصفته يعبر عن هذه الاوضاع ، ويعطي جوانب

القوة فيها ، ويظل من أوضاع الضلوع فيها ، وذلك في حركته نحو المستقبل
الاجتنب للرسالة الاعلامية .

وتزداد أهمية الاعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية
بالنسبة للدول الكبرى ، حيث تتزايد مصالح هذه الدول على المستوى الدولي
ويتزايد دورها في السياسة الدولية . ولذلك فانها تعمل على تقوية الوسائل
المختلفة لسياستها الخارجية في سعيها لتحقيق مصالحها .

وتوجه الدول التي تعاني من قضايا حساسة - كالاستعمار الاستيطاني
الصهيوني في فلسطين والنظام العنصري في أفريقيا الجنوبية - اهتماما بالاعلام
الدولي في سعيها لتوضيح موقفها وحركتها لمعالجة هذه القضايا ، رغم المشاكل
الآخري التي تواجهها كالتخلف ، وهذا يقتضى جهودا مكثفة لاتخاذ الوسائل
الكفيلة بتحقيق التنمية ، ولكن الامر هنا يخضع للاولويات وطريقة ترتيبها ،
والتطورات التي تحدث في هذا المجال .

وإذا كان هناك ارتباط بين السياسة الخارجية والسياسة الداخلية فان
السياسة الخارجية تعد بشكل أو بآخر امتدادا للسياسة الداخلية .

كما يمكن القول أن هناك ارتباطا بين الاعلام الداخلى والاعلام الدولي ، فقد
تقوم الدولة بالاعلام الداخلى وتركز على مسائل معينة للاستهلاك المحلى ولكن
قد يضر ذلك بالاعلام الدولي وذلك بقيام وسائل الاعلام الدولية كوكالات الانباء
بنقل هذه المسائل الى مختلف أنحاء العالم ، الامر الذى قد يضر بسياسة الدولة
المعنية ، ويرجع ذلك الى التطور في وسائل الاتصال والفاء الحواجز بين مختلف
دول العالم .

وكلما كان الاعلام الدولي ماسكا بزمام المبادرة وسريعا في حركته ومنتورا
مع الظروف ، ومستمرا على مر السنين ، كلما كان أكبر فعالية من غيره .
الا ان العلاقة العكسية تتوقف على دور الوسائل الاخرى ، ومدى قوة

الدعاية المضادة ، ومدى تأثير الاعتبارات المتعددة على المستقبل الاجنبى للرسالة الاعلامية ، وهذا يثير رد فعله تجاه هذه الحملات الاعلامية ، لأن الحملات الاعلامية قد تهدف الى تحقيق اغراض معينة ولكنها قد لا تتحقق كلها أو جزء منها حسب الاحوال ، وفقا لرد فعل المستقبل الاجنبى للرسالة الاعلامية audience وذلك لأن الانسان ليس آلة استقبال تتجه الوجهة التي يريدتها القائم بالارسال ، بل انه كائن مفكر يخضع لعدة مؤثرات تحدد استجابته من عدمها .

وقد يكون الاعلام الدولى فعلا فى مجمله ، ولكنه يبدأ بعد فوات الاوان ، الأمر الذى يقلل من فعاليته ، وقد يكون الاعلام الدولى مشتملا على عناصر متماسكة ولكنه يواجه دعاية دولية قوية تساعدها عوامل تاريخية وبشرية ولغوية ولها امكانيات متعددة ، الأمر الذى يقلل من قوة الاعلام الدولى .

والاعلام الدولى فى حاجة الى امكانيات اقتصادية كبيرة وهذا يوضح الفرق بين الدول الغنية والدول الفقيرة ، من حيث قدرتها على استعمال الوسائل الاعلامية المتطورة (١) وهذا يساهم فى تفسير قوة دعايات الدول الكبرى ، وبصرف النظر عن مدى موضوعية الحجج التى تلجأ اليها .

(١) انظر :-

- Colin Chery, *World Communication, Threat or Promise. A socio-technical Approach*, London, Wiley-Interscience, 1971, pp. 57-102.

الإعلام الدولي في إطار المنظمات الدولية

يعد الإعلام الدولي وظيفة من وظائف المنظمات الدولية ، وإن كان لهذه الوظيفة حدود ، وعلى هذا الأساس تثار النقطتان التاليتان :

- ١ - الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية .
- ٢ - حدود الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية .

الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية :

يعد الإعلام وظيفة من وظائف المنظمات الدولية ، وتختلف هذه الوظيفة باختلاف طبيعة المنظمات وأنشطتها ووظائفها وتاريخها ، كما أن مداولات هذه المنظمات على المستويات المختلفة ومناقشاتها ومنشوراتها واتصالاتها تعد أعلاما دوليا بشكل أو بآخر .

وكثيرا ما تفيد المنظمات الدولية الدول الفقيرة أو الصغيرة في هذا المجال وذلك من خلال تحديث مندوبيها في هذه المنظمات والقاء البيانات وإرسال المذكرات ، وكثيرا ما يأخذ هذا العمل سبيله إلى وسائل الإعلام ، وهذا في حد ذاته يعد أعلاما دوليا عن الدول الصغيرة ، وتمارسه بهذا الشكل لا سيما إذا علمنا أن الوضع الاقتصادي لهذه الدول لا يفي بالاحتياجات الأساسية لشعوبها . .

وعلى سبيل المثال : فإن الأمم المتحدة (١) اهتمت بمشاكل الاتصال الدولي وتنمية الانتشار الحر للإعلام ، وتحقيق التعاون السلمي بين الأمم

(١) أنظر : -

- Bogdan Osolnik, Some Problems Concerning International Communication from the View Point of Implementing the Principles of the Charter of the UN. and the Declaration of Human Rights, *Symposium Ljubljana: 1968, Mass Media and International Understanding*, School of Sociology, Political Science and Journalism, Ljubljana, 1968. pp. 7-15.

وقامت الامم المتحدة بعدد من المبادرات في هذا المجال ، فعقدت عدة مؤتمرات وأصدرت العديد من الدراسات والتقارير ، ونشرت العديد من الوثائق الدولية ..

ووجهت الامم المتحدة جهودا خاصة ، وذلك لتقديم المساعدات للدول النامية في اطار مساعدتها على انشاء وسائل الاعلام الخاصة بها .

وفي اطار تسهيل الاتصال الدولي فلذا من مهام مهظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة تنمية الاشكال المختلفة للتعاون الثقافي الدولي الذي يمثل مساهمة في مجال التعاون السلمي بين الامم .

وقد بعثت الامم المتحدة عددا من المسائل التي ما زالت تمثل مشاكل اساسية في الاتصال الدولي ، منها التعريف الدولي للحقوق المترتبة على حرية الاعلام Freedom of Information وتنفيذ ذلك في المجال الدولي . وكانت هذه المشكلة على جدول الاهتمام منذ السنوات الاولى لقيام الامم المتحدة .

وقد وافقت الجمعية العامة على بعض الاتفاقيات الخاصة بالحقوق المدنية والسياسية ومنها حرية التعبير .

وبحثت الامم المتحدة مشكلة اداة وضع الدعاية التي تهدد السلام او الحقوق الاساسية للانسان ، فميثاق الامم المتحدة يستنكر التحريض على الحرب والاستعداد للسيكولوجي لها من خلال الدعاية ، ووفقا لاحكام القانون الدولي فان التخطيط للحرب والاعداد لها واعلانها لهو أحد الجرائم التي ترتكب ضد البشرية وتهدد السلام الدولي ، ويدخل في هذا الاطار الانشطة الدعائية التي تمهد للعدوان ونشر الكراهية ضد شعوب أخرى ، ونشر المعلومات المشبوهة لتبذير النوايا الهدوانية . وقد وافقت الجمعية العامة للامم المتحدة في نوفمبر سنة ١٩٧٤م . على قرار يدين الاشكال المختلفة للدعاية

التي تهدد السلام ، وطلب لعضو الامم المتحدة . باتخاذ الوسائل الكفيلة بمقاومتها في بلادهم .

وفي ٧ ديسمبر ١٩٦٥ م . وافقت الامم المتحدة على الاعلان الخاص بنشر المثل بين الشباب والاحترام المتبادل والتفاهم ، ويدخل في اطار السعى لتحقيق التعاون الدولي بين الشباب .

كما بحثت الامم المتحدة الدعاية الحربية وادانتها ، ويدخل في هذا المجال حظر انتشار المعلومات والبيانات غير الصادقة والمحرفة ، ويشمل هذه المسائل تعد عنصرا أساسيا في أخلاقيات المهن الاعلامية ، وحيث أن الدول الصغيرة معرضة لدعاية الدول الكبرى فانها تهتم بهذه المسألة .

وفي اطار الامم المتحدة ، بحث مشروع نظام دولي للأخلاقيات المشتغلين بالاعلام :

International Code of Ethics for Information Personnel.

وهناك المشاكل الخاصة بأخلاقيات الدعاية الاقتصادية والاعلان ، وإذا كانت هذه وظيفة لا غنى عنها فانها تعد عاملا لاضعاج للمستهلكين ويراها البعض خطرا على التطور الثقافي للبشرية ، ولها مغلولات دولية ، فهي قد تعني فرض أساليب وقيم ومعتقدات لدولة معينة على دولة أو دول أخرى ، دون الإخذ في الاعتبار مراحل التطور وظروفه ، ويلاحظ أنه من المشاكل التي تواجه الدول النامية حاليا ، مشكلة الاستهلاك الترفي واحاكاة للدول المتقدمة دون تقدير للظروف وأولويات مراحل التنمية المختلفة .

كما بحثت الامم المتحدة تنظيم وضع المراسلين الاجانب الذين يشكلون عاملا هاما في الاتصال الدولي ، ولا سيما ابان الازمات ، حيث يعتمد وضع المراسلين الاجانب على حسن نية الدول والافراد وتفهمها .

وهناك مشكلة التدفق الحر للاعلام ، والتغلب على الحواجز في الاتصال

الدولي ، ويدخل في اطارها المسائل المتعلقة بتحديد موجات ارسال الاذاعة .

لقد بحثت الجمعية العامة لمنظمة اليونسكو التدفق الحر للاعلام ، اذ وافقت

في ٤ نوفمبر ١٩٤٦ على اعلان مبادئ التعاون الدولي :

Declaration on the Principles of International Cooperation.

ونصت المادة السابعة في الاعلان على (١) :

“Broad dissemination of Ideas and Knowledge based on the free exchange and discussion is essential to creative activity the pursuit of truth and the development of the personality. In cultural cooperation, stress should be laid on ideas and values conducive to the creation of a climate of friendship and peace. Any mark of hostility in attitudes and expression of opinion should be avoided. Every effort should be made in presenting and disseminating information to ensure its authenticity.

» ان الانتشار الواسع للأفكار والمعرفة المبنى على تبادلها ومناقشتها بحرية يعد أمرا ضروريا للنشاط الخلاق والبحث عن الصدق وتطور الشخصية . وفيما يتعلق بالتعاون الثقافي فينبغي التأكيد على أفكار وقيم تساعد على اقامة الصداقة والسلام ، ويجب تجنب أى اشارة عداة فى المواقف ولتعبير عن الراى ، ويجب بذل كل جهد فى سبيل تقديم المعلومات ونشرها ، حتى يتأكد صدقها « .

وهذا يفسر قيام الدول الكبرى بالتغلغل الثقافى والسياسى فى الدول الصغيرة ، وهذا يعنى امكانية وجود أخطار فى الاتصال الدولى ، أى أن انتشار المعلومات قد يتحول الى خطر اذا أسئء تطبيقه .

أى ان الامم المتحدة حاولت أن تبحث بعض المسائل المتعلقة بالاعلام الدولى وذلك فى سعيها لتحقيق التعاون الدولى فى المجالات المختلفة ، كما أن الامم

المتحدة بالاختصاص إلى ما تقدم - تقوم بوظائف اعلامية من خلال نشر مطبوعاتها المختلفة على نطاق واسع وعلى مستويات عديدة ، وجهات مختلفة ، كما أنشأت مكاتب اعلامية لها في العديد من الدول الاطباء ، وقد بلغ عددها (١) مكتنا (١) ، ويشمل نشاط كل مكتب الدولة التي يقع مقره فيها ، واليحل المجاورة ، وعلى سبيل المثال : فان مركز الامم المتحدة للاعلام في بانكوك بتايلاند ، يمتد نشاطه الى كمبوديا ، ولاوس ، وماليزيا ، وسنغافورة ، وتايلاند ، وفيتنام . كما أن مركز الامم المتحدة للاعلام في القاهرة يمتد نشاطه إلى السعودية ، واليمن . كما أن مكتب الامم المتحدة للاعلام في جنيف يمتد نشاطه الى اسبانيا ، والبرتغال ، والنمسا ، وبلغاريا ، وألمانيا ، وبولندا ، والمجر .

وقد تضخمت أحجام المعلومات الصادرة عن الامم المتحدة ، حتى أن المشاكل التي تواجه الدارسين لها أصبحت عميقة نظرا لصعوبة حصر هذه المعلومات ودراستها وبحثها وفي هذا الحشد الضخم من المعلومات كثيرا ما يصعب التمييز بين المعلومات الأكثر أهمية والمعلومات الأقل أهمية ، وهذا يدخل في إطار ما يسمى بالانفجار الاعلامي .

وتقوم المنظمات الاقليمية الاخرى بوظائف اعلامية تدور في إطار أغراضها وامكانياتها ، فمثلا تقوم منظمة الوحدة الافريقية بأنشطة اعلامية من خلال الإعلام نالوسائل المختلفة عن القضايا الافريقية ومداولات وقرارات منظمة الوحدة الافريقية والتطورات التي تصيبها .

وهناك منظمة اقليمية تقوم بدور اعلامي فريد وهي جامعة الدول العربية (٢) التي أنيط بها القيام بالإعلام العربي نيابة عن الدول الاعضاء فيما

(١) حقائق اسياسية عن الامم المتحدة ١٩٧٢ ، ص ١٤٠ - ١٤٦ .
(٢) أنظر محاضراتنا في الإعلام العربي الملقاة على طلبة السنة الثالثة بكلية الاعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٧٥/١٩٧٦ .

يتعلق بمسائل الاهتمام المشترك ولا سيما الصراع العربي الاسرائيلي ، حتى ان جزءا كبيرا من موازنتها موجه للانفاق فى المجالات الاعلامية ، ويمكن تفسير ذلك بان الجامعة العربية ليست منظمة اقليمية فحسب ، بل هى ايضا منظمة قومية كما أن الدول الاعضاء تتمتع بسمات مشتركة نادرا ما تتوفر فى دول أعضاء فى منظمة اقليمية أخرى ويواجهون تحديات مصيرية مشتركة ولاسيما الاستعمار الاستيطاني فى فلسطين ، كل هذا أعطى أهمية للدور الاعلامى للمنظمة والادوار الاخرى التى تقوم بها .

• حدود الاعلام الدولى كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية .

الاعلام الدولى كوظيفة من الوظائف المتعددة للمنظمات الدولية ، يخضع للحدود التى تواجه المنظمات الدولية ، فلا يخفى أن عملية الموافقة على القرارات تخضع لطريقة تشكيل المؤسسات المختلفة والضغوط الظاهرة والمستترة والمنظم التى تحكم اصدار هذه القرارات ، وعلى سبيل المثال فان اصدار القرارات فى الجمعية العامة للأمم المتحدة قد تعرض للتطور منذ قيام المنظمة الدولية حتى الان ، فعند قيام الامم المتحدة كان النفوذ الأمريكى قويا للغاية على عديد من الدول الصغرى الأعضاء فى الجمعية العامة ، كما كان النفوذ السوفيتى منذ البداية قويا على دول أوروبا الشرقية التى انضمت الى الامم المتحدة ، ومع تزايد حركات الاستقلال فى المستعمرات الافريقية والاسيوية برز دور الدول الافرواسيوية فى الامم المتحدة حتى تكونت مجموعة عدم الانحياز ووصل الأمر الى حد اتخاذ قرارات اعترضت عليها قوى كبرى كالولايات المتحدة ولكنها لم تتمكن من التأثير على أعضاء الجمعية العامة بشكل يمنع صدور مثل هذه القرارات ومن هذه القرارات القرار الخاص باعتبار الصهيونية شكلا من أشكال العنصرية . أما القرارات داخل مجلس الامن فان اصدارها يتم بموافقة الخمسة الكبار اذا كانت القرارات تتناول مسائل موضوعية أما المسائل الاجرائية فانها لا تتطلب بالضرورة موافقة الخمسة الكبار . ولكن المهم موافقة تسعة اعضاء من الخمسة عشرة عضوا

أما في الحالة الأولى فمن اللازم أن يوافق تسعة أعضاء على الأقل منهم الخمسة الدائمون .

والاهم من ذلك هو القوة الالزامية لقرارات المنظمات الدولية ، فمعظم القرارات لا تنفذ ، نظرا لأن المنظمات الدولية ليست فوق الدول **Supra National** ولكنها تشكل ارادة مستمدة من ارادات الدول الاعضاء ومن هنا فانه من الناحية العملية كثيرا ما تتخذ قرارات ، ولكنها لا تطبق بحكم الصفة التي تتميز بها المنظمات الدولية ، وخصائص النظام الدولي وتأثيره على المنظمات المختلفة القائمة في عالم اليوم .

وعلى هذا الاساس فإن المنظمات الدولية قد خطت خطوات في سبيل بحث بعض المشاكل المتصلة بالاعلام الدولي وأصدرت بعض القرارات في هذا الصدد ولكن الكثير منها لم ينفذ بسبب طبيعة المنظمات الدولية كما أن هذه القرارات صدرت عن الجمعية العامة للامم المتحدة أو منظمة اليونسكو أما الجمعية العامة للامم المتحدة فتتكون من جميع الدول الاعضاء ولكل دولة صوت واحد وتعد قراراتها في أغلب الاحيان توصيات وتفتقر الى الصفة الالزامية ، وأن كانت لها اثر معنوي . أما منظمة اليونسكو فتعمل على تشجيع التعاون في ميادين التربية والعلوم والثقافة وتساهم في تقدم المعرفة المتبادلة وزيادة التفاهم بين الشعوب مستعينة بوسائل الاعلام الجماهيري ، كما تعمل على تعليم البشر ونشر الثقافة وتشجيع تدريس العلم وفهمه ، وفيما يتعلق بصناعة القرارات في اليونسكو فان المؤتمر العام يتألف من ممثلي الدول الاعضاء ، وينعقد مرة كل عامين ليقرر سياسة المنظمة وبرامجها ، أما المجلس التنفيذي فيتكون من ٣٤ عضوا ينتخبهم المؤتمر العام ، ويجتمع مرتين على الاقل في السنة ، وهو مسئول عن تنفيذ البرامج التي يقرها المؤتمر بالإضافة الى الإمانة العامة التي تتكون من مدير عام ومجموعة من الموظفين الدوليين .

وتتحدد مهمة الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الإعلامية ،
بطبيعة هذه المنظمات ووظائفها ودورها ، وعلى سبيل المثال فإن الإعلام
الدولي للجامعة العربية يصدر العديد من القرارات الإعلامية من خلال المؤسسات
المسئولة عن صناعة القرارات الإعلامية (١) . وكثيرا لا تنفذ بسبب ضعف
الجهاز التنفيذي في الإعلام العربي ، وعدم وجود الكوادر الإعلامية المؤهلة
لممارسة هذا العمل ، إلا أن الموضوعية تستلزم ذكر أن هناك بعض الأفراد
العاملين في الإعلام العربي والمؤهلين لهذا العمل . ولكن ظروف العمل
والضغوط المختلفة كثيرا ما تعد عائقا أمام هذه الكوادر ، كما أنها في أغلب
الأحيان لا تجد من الحوافز ما يشجعها على القيام بالوظيفة الإعلامية .
وهكذا فإن الكفاءة أصبحت هي الشاذة عن القاعدة ، وهذا يساعد على
تفسير أزمة الإعلام العربي للجامعة العربية بالإضافة الى عوامل أخرى .



(١) انظر : محاضراتنا في الإعلام العربي الملقاه على طلبة السنة الثالثة
بكلية الاعلام - جامعة القاهرة . ١٩٧٧/١٩٧٨ .

الإعلام الدولي والتفاهم الدولي

تثار في هذا الموضوع نقطتان أساسيتان الأولى هي الإعلام الدولي والاطار المثالي للتفاهم الدولي والثانية هي الإعلام الدولي والاطار الواقعي للتفاهم الدولي .

الإعلام الدولي والاطار المثالي للتفاهم الدولي

يتحدد الاطار المثالي للتفاهم الدولي من خلال الإعلام الدولي بالسعي نحو الموضوعية المجردة والدقة في إبراز الوقائع *Factual accuracy* والارتباط بالصدق ووضع الجوانب المختلفة للموضوع والابتعاد عن التشويه (١) *distortion* والسعي نحو الحقيقة إلا أن هذه الصورة التي لم يحقق حتى الآن بهذا الشكل تعد صورة مثالية ترتبط في أغلب الأحيان بالحديث عن السلام العالمي والتفاهم الدولي ونبذ الصراع بأشكاله العلنية والخفية والسعي لخير البشرية جمعاء ، وإقامة سلطة تتعدى الدول *Supra National!* كما يمكن أن تجدها في النصوص القانونية التي كثيرا ما يتسرب إليها الشك عند التطبيق أو في كتابات الفلاسفة عند تعرضهم للتفاهم الدولي ، وعلى كل حال فإن المظاهر المختلفة للظواهر الاجتماعية تتسم بالديناميكية وما هو مثالي اليوم قد يصبح واقعا في فترات لاحقة .

(١)

- Dinker Rao Mankekar. *Mass Media and International Understanding as a Newly — Emerged. Underdeveloped Country Looks at the Problem*, Symposium Ljubljana 1968. *op. cit.*, PP. 235-236.
- Theodore E. Kruglak. *The international News Agencies and the Reduction of International Tensions*, Symposium Ljubljana 1968. *op. cit.*, PP. 240-244 .
- Khalil Sabat, *Rôle de La Véracité de l'Information Dans La Compréhension Internationale*, Symposium Ljubljana 1968. *op. cit.*, PP. 245-252.

ويرتبط بهذا الموضوع الحديث عن قيام وكالات أنباء دولية ولا يكون هناك تأثير لدولة ما أو عدة دول وتتسم بالموضوعية في جمع الأنباء الدولية ونشرها ، ودراسات مناقشات عن هذه الفكرة في عصبة الأمم والأمم المتحدة .
ويدخل في هذا الصدد الحديث عن المسئوليات الاخلاقية لوسائل الاعلام المختلفة والسعى لمقاومة الأشكال المختلفة للاحتكار في وسائل الاعلام المختلفة والرقابة التي تعد في الأصل قيودا على حرية الاعلام وتحقيق حرية نقل الأنباء .

ويدخل في الاطار المثالي للتفاهم الدولي السعى لقيام الأقليات الدينية والعرقية واللغوية بتملك وسائل الاعلام الخاصة بها في اطار حرية الاعلام للأقلية (١) .

ونظرا لأن العالم يستخدم ما يقرب من ٢٩٠٠ لغة ، وعلى سبيل المثال يوجد في أفريقيا وحدها ما يقرب من ألفى لغة مستخدمة بالإضافة الى اللهجات العديدة المنبثقة عن هذه اللغات ، ولذلك فان هناك أعباء في الوقت والتكاليف تترتب على التفاهم بين مختلف مناطق العالم ، ومن هنا جاءت الترجمة الفورية والتحريرية الى اللغات المختلفة في المؤتمرات والحلقات الدراسية الدولية وعلى سبيل المثال فان تكاليف وثائق الأمم المتحدة في مجال الترجمة لخير دليل على ذلك ، بالإضافة الى الاختلافات اللغوية بين دول الجماعة الأوروبية وغيرها من التجمعات الدولية (٢) .

وقد ترتب على سياسات القوى في العالم

Power Politics

(١)

- Joje Koren, *The Minority's Press — Afactor of Understanding Among Nations*, Symposium Ljubljana 1968. *op. cit.*, PP. 330-332.

(٢) انظر :

- Oton Pancer, *Le Role de la Langue International Dans La Communication Publique et Dans La Comprehension International*. Symposium Ljubljana 1968, *op. cit.*, PP. 337-339.

وما ارتبط بها من حركات استعمارية أن انتشرت في العالم لغة المستعمر ، وعلى هذا الأساس أصبحت هذه اللغات أكثر انتشارا في العالم وحافظت هيمنة اللغات على انتشارها في أعقاب انحسار الاستعمار Decolonization بحكم الميراث الاستعماري بالإضافة الى عوامل أخرى خاصة بالتقدم في الدول التي تحدث هذه اللغات كلفة أصلية ، الأمر الذي يبين قيام أبناء الدول الأخرى في أغلب الأحيان بتعلم لغات الدول الأكثر تقدما ، حتى يمكن الاطلاع والدراسة والبحث في العلوم المختلفة والاخذ بأساليب التقدم .
ولذلك تحدث البعض عن أهمية قيام لغة دولية وهي لغة الاسبرانتو كوسيلة لتحقيق التعاون الثقافي .

ويقول أوتون بانسر Oton Pancer (١) أن من يعرف الفرنسية والانجليزية والألمانية والألمانية سوف يعثر في يسر وسهولة على بعض الكلمات المنبثقة من هذه اللغات وسوف يلاحظ أن الاسبرانتو مرتبطة باللغات الأوروبية ورغم ذلك فهي ليست لغة أوروبية إذ تشمل على عدة خصائص تقربها من اللغات المستخدمة في آسيا وأفريقيا .

لقد أعلن الاتحاد الدولي للغة الاسبرانتو
L'Association Universelle pour l'Espranto.

تأييده لجهود الأمم المتحدة في مجال التعاون الدولي وتقديره لقرار اليونسكو الذي اعترف بالنتائج التي أمكن تحقيقها بفضل الاسبرانتو في مجال التبادل الفكري العالمي ، ومن أجل تحقيق التقارب بين الشعوب ، ويعمل الاتحاد المذكور على الاهتمام بتدريس هذه اللغة واستخدامها في العلاقات الدولية بين الشعوب ، وقد أيد هذه الحملة العديد من رؤساء الدول والوزراء والبرلمانيين وعلماء اللغة وأعضاء الاكاديميات العلمية والمعاهد وأساتذة الجامعات والكتاب والفنانين والصحفيين والعلميين ، وعدد من الحائزين على جائزة نوبل للسلام .

وحتى الآن لم تنتشر هذه اللغة الدولية بالشكل المطلوب فضلا عن سعي الدول الكبرى وغيرها الى نشر لغاتها بالأشكال المختلفة .
الاعلام الدولي والاطار الواقعي للتفاهم الدولي :

بعد الاعلام الدولي في كثير من الحالات معوقا للتفاهم الدولي ، اذ لا يلتزم بالموضوعية ، بل يشوه الوقائع ويبرز وجهة نظر هون أخرى ، وكثيرا ما يرتبط بالكذب ووضع جوانب الموضوع التي تفيده ، وتعتمد التشويه وخدمة طرف من اطراف الصراع ومهاجمة أو مواجهة الطرف الآخر من الصراع .

ويفسر ذلك بأن الاعلام الدولي وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول ، وبالتالي فهو يسعى لخدمة هذه السياسة بالتفاعل مع الوسائل الأخرى ومن هنا فان الموضوعية أو عدم تشويه الوقائع والكذب - الذي يراعى عدم اكتشافه والاستخدام في الهجوم من قبل الخصم - ووضع جوانب الموضوع بشكل معين تسير في اطار تحقيق أهداف السياسات الخارجية .

وهذا يساعد في تفسير سوء توزيع مصادر الأنباء في العالم اذ بفضل الامكانيات الاقتصادية والتقدم التكنولوجي والسياسات الخارجية الأكثر نضجا من غيرها ، أمكن للدول المتقدمة أن تتحكم في انشاء الوكالات الدولية للأنباء المؤثرة بالإضافة الى الاذاعات الدولية والصحف والمجلات المنتشرة على نطاق عالمي ، وأمكن استخدام الأقمار الصناعية ، الأمر الذي مكن من ارسال المعلومات في آن واحد الى مسافات بعيدة ، وأصبحت وسائل الاعلام سلاحا خطيرا في أيدي القوى الكبرى مع تطور علوم الاتصال وما حدث من تقدم في تكنولوجيا الاعلام الأمر الذي ضخم من إمكانيات الدعاية الدولية ، وهكذا استخدمت هذه الوسائل في التحريض على الحرب واثارة التعصب الوطني والعنصري والديني وبهذا يستخدم الاعلام كوسيلة لتوجيه الرأي العام في الدول الأخرى .

ويتم احتكار تفكير الانسان بحيث يصبح الفرد مؤجها دون ادراك منه
بمفاهيم تحتوي على جانب واحد من الحقيقة ويتكرر هذا الجانب الواحد
يتوصل الفرد الى اقتناع أن هذا هو كل الصدق ، بحيث أنه يجد صعوبة في
الاستجابة للجانب الآخر من الحقيقة اذا قدر له أن يتعرض لهذا الجانب الآخر
بوسيلة أو بأخرى وكثيرا ما يساعد على ذلك أساليب التريية التي كثيرا ما
ترتبط بالدعاية بشكل أو بآخر وهذا عامل أساسي في التنشئة الاجتماعية .

وإذا أردنا التوضيح فان قوة الدعاية الصهيونية وتاريخها الطويل الذي
سبق الاعلام العربي مع ادراك العوامل الأخرى المساعدة الأمر الذي جعل
أمرادا عديدين في مختلف دول العالم يحصلون على جانب واحد من الحقيقة
المتعلقة بالقضية الفلسطينية . والصراع العربي الاسرائيلي ، ومع تكرار هذا
الجانب توصل هؤلاء الأفراد الى قناعة أن هذا هو الصدق ، وهذا يفسر
الصعوبة التي واجهت الاعلام العربي .

وإذا استخدمت وسائل الاعلام على أنها وسيلة لفرض مفاهيم النخبة
الحاكمة على المحكومين أو وسيلة لفرض من يملك السلطة والقوة الاقتصادية
فانها تشكل قوة تمتلكها أقلية تفرض مفاهيمها على الاكثرية ، ووصل الأمر
الى انحطاط قيمة الفرد في عديد من المجتمعات حيث أصبح دور الانسان
في استقباله للانباء محصورا في عملية أوتوماتيكية لا رأى له فيها بل
يحتفظ برأيه لنفسه أو يعبر عنه بطريقة مستترة وخفية خشية من النخبة
الحاكمة .

وهكذا فان التنمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية غير
المتكافئة للعالم أسفرت بدورها عن تنمية غير متكافئة لوسائل الاعلام .

وقد جاء في دراسة أجرتها اليونسكو عام ١٩٥٥ ، أن هناك تركيزا
لوسائل الاعلام في الدول المتقدمة ، وان ٧٠ ٪ من سكان العالم لديهم أقل

من الحد الأدنى لامكانية الحصول على المعلومات الأساسية ، واذا أخذنا في الاعتبار النسبة العالمية للأمم في الدول المختلفة لوجدنا الفرق الشاسع بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة في مجال حرية الاعلام وهكذا فان ما يسمى بالحقوق المتكافئة فيما يتعلق بالحرية يدعو للسخرية طالما ظل جزء كبير من الجنس البشري غير قادر على المشاركة المتكافئة في الاتصال الدولي (١) .

ويتطلب التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال الجماهيري قدرا متزايدا من الاموال لبناء المؤسسات الاعلامية الحديثة والمحافظة عليها وهذا يساهم في زيادة الهوة بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة ، وما يؤدي اليه من آثار سيئة على التحرر الثقافي والسياسي للدول النامية .

(١) انظر :

مراجع مقترحة

- Bernard Hennessy, *Essentials of Public Opinion*, Massachusetts; Duxbury press, 1975.
- Alfred Sauvy, L. *Opinion Publique*, Paris Presses Universitaires de France, 1971.
- F. Teer and J. D. Spence, *Political Opinion Polls*, London Hutchinson University Library, 1973.
- J. Stoetzel and A. Girard, *Les Sondages d'Opinion Publique* Paris, Presses Universitaires de France, 1973.
- Melvin L. De Fleur, *Theories of Mass communication*. New York : David Mc Kay company, Inc, 1973.
- Susan Wekch and John Comer, *Public Opinion, its formation, Measurement and Impact*, California : May Field : Publishing Company, 1975.
- Lane, Robert E. and Sears, David O., *Public Opinion*, New Delhi : Prentice Hall of India, 1965.
- Albigh, William, *Modern Public Opinion*, New York : Mc Graw Hill, 1956.
- Berelson, Bernard, *Reader in Public Opinion and Communication*, MacMillan, 1967.
- Key, V. O., *Public Opinion and American Democracy*, New York : Knoff, 1966.
- *A Guide to Satellite Communication*, Reports and Papers on Mass Communication, Paris Unesco, No, 66.
- Aladji, Wayo V., *Information en Afrique Traditionnelle*, Ecole Supérieure de Journalisme, Lille, 17, Juin, 1974.

- Albert, Pierre, *La Presse*, 4e édition. Paris, Presses Universitaires de France, 1976.
- Argenti, J., *Corporate Planning, A Practical Guide*, Edinburgh G. Allen and Lenwin Ltd, 1968.
- Bertrand, Claude-Jean, *Les Mass Media aux Etats-Unis*, Paris, Presses Universitaires de France, 1974.
- Bombardier, Denise *le Traitement de la Politique Etrangère dans les Journaux Télévisés de l'OR.T.F.* Thèse pour le Doctorat, de Spécialité (3e Cycle) Université de Paris 2, Juin 1974.
- Brecher, Michael, *The Foreign Policy System of Israel, Setting, Images, Process*, London, Oxford University Press, 1972.
- Burbage, R. Cazemajouj and Kaspi, A., *Presse, Radio et Télévision aux Etats-Unis*, Paris, Librairie Armand Colin, 1972.
- Carter, Martin *An Introduction to Mass Communication*, London, MacMillan Student Editions, 1971.
- Cayrol, Roland, *La Presse Ecrite et Audio-Visuelle*, Thémis Sciences Politiques, Presses Universitaires de France, Paris, 1973
- Cherry, Colin, *World Communication, Threat or Promise ? A Socio-Technical Approach*, London, Wiley - Intervience, 1971.
- Chu, Rahim and Kincaid (Ed.), *Communication for Group Transformation in Development*, East West Center, East West Communication Institute. Communication Monographs No. 2, September 1976.

- *Communication in the Space Age. The Use of Satellites by the Mass Media*, Paris, Unesco, 1968.
- Davison, W. Phillips *International Political Communication*, New York, Frederick A. Praeger, 1965.
- Desouches, Dominique, *Information et Développement en Côte d'Ivoire*, Thèse de Doctorat, Université de Paris 1, 1973.
- Doctor, Adi H., *International Relations, An Introductory Study* New Delhi, Vikas Publications, 1969.
- Goetz, B. E., *Management, Planning and Control*, Mc Graw-Hill Book Co., 1949.
- Golding, Peter, *The Mass Media*, Longman., ,1975.
- Hale, Julian, *Radio Power, Propaganda and International Broad-casting*, Paul Elek, London, 1975.
- Head, S. W., *Broadcasting in America*, Boston Houghton Mifflin, 2nd Edition, 1972.
- Iatrieu, Roger-Andre, *la Création de la Troisième chaîne de Télévision*, U.E.R. "Science Politique" Université de Paris 1, Février 1972.
- Khandan-Sima, Mohamed Ali, *Information et Politique Pétrolière*. Thèse de Doctorat de Spécialité en Sciences de l'Information, Université de Paris 2, 1973-1974.
- Klapper, Joseph T., *The Effects of Mass Communication*, New York, Free Press, 1960.
- Knauthe Habil Erhart, *Industrialization, Planning, Financing in Developing Countries*, German Democratic Republic, Edition Leipzig, 1970.