

الإعلام السياسي

هو الإعلام الذي يتخذ السياسة موضوعاً له، ويزاوج في وظيفته بين فرعين من العلوم، هما: علم الإعلام، وعلم السياسة، فيستخدم الإعلام وسيلة Medium، ويستخدم السياسة مضموناً Content، فالأدوات الإعلامية توظف في خدمة موضوع السياسة، والسياسة في هذا المجال لها مفهوم واسع يتعلق بجوانب الحكم والإدارة والاقتصاد والمجتمع والثقافة والشئون العسكرية ... إلخ. وتغلغلها جميعاً بطابعها السياسي.

وتعتمد السلطة على وسائل الإعلام في الدعاية السياسية والهيمنة والتواصل، فالإعلام لسان السلطة مع الشعب، ويعد أقوى وسيلة تأثير جماهيرية، وقد كان الشعراء والخطباء والقصاص لسان السلطة قبل نشأة وسائل الإعلام الحديثة، فنشأت أولاً الصحف ثم الإذاعة المسموعة ثم التلفاز، وظهر وسائل أخرى، بعضها تسيطر عليه السلطة وبعضها في سلطة الأفراد^(١).

وللإعلام قوتان: قوة ذاتية، وقوة يعكسها، فأما القوة الذاتية: فتتكون من مجموعة قوى: قوة القوائم بالاتصال، وقوة الوسائل المستخدمة، وقوة المضمون، وقوة تكنولوجيا الإعلام، والمعلومات التي يعرفها المرسل عن المستقبل، وفاعلية الإعلام وأثره، والزمن والتوقيت الذي تبث فيه الرسالة أو زمن إرسال الخطاب، ونوع القناة المستخدمة في الإرسال، والعلاقة بين المرسل والمتلقي، والمسافة بينهما، ونوع جمهور المتلقين، ورد الفعل ومدى الاستجابة من التأثير، وقوة الإرسال. وأما القوة الثانية، فالتّي يعكسها الإعلام، فالإعلام رد فعل للأوضاع القائمة، أو استجابة لمطالب الواقع، فوسائل الإعلام تتخذ موضوعاً قائماً أو شغلها، لكنها لا تفترض موضوعاً ولا تقييم وهماً، ولكنه قد يقع مثل ذلك لدواعٍ سياسية، فالإعلام مرآة تعكس ما هو قائم يقيناً لا فرضاً، ويرتبط ارتباطاً شديداً بالأحداث السياسية والمجتمع الذي تقع فيه. ويستمد الإعلام قوته من دعم السلطة له أولاً، ومن قيمة الموضوعات التي يطرحها، ومن علاقته بالجماهير، فالإعلام يستطيع أن يجذب الجماهير بموضوعاته الساخنة ومصداقيته فيها، وحيادته، وموضوعيته في العرض، وإن فقد واحدة منهن ضعف التأثير، وفقد جماهيريته.

(١) لغة الخطاب السياسي، الدكتور محمود عكاشة ص ٨ ، ٩ .

فبعض الجماهير العربية انصرف عن بعض القنوات الإعلامية الموجهة والمغرضة، واستطاعت قنوات جديدة ليس لها تاريخ إعلامي أن تجذب هذه الجماهير وتغطي بشعبيتها، فالإعلام يكتسب قوته أولاً من الموضوع ثم من شخصيته أو قوته الذاتية والقوة الذاتية في الإعلام نسبية في المجال الدولي، فالموضوعات السياسية الدولية قد تكون حليفة قناة إعلامية استطاعت أن تلم بالموضوع وتنفرد به، وتسبق إليه، وتقف من وراء هذه المؤسسات الإعلامية الكبرى مؤسسات سياسية تملّي عليها مآدتها، وتدعمها مادياً، ولرجال الإعلام دورهم في نجاح التواصل مع الجماهير، وقدرتهم على التأثير فيهم وإقناعهم، وقد نجحت كثير من القنوات الفضائية في استقطاب الإعلاميين المهرة ومنحتهم مزيداً من الحرية في الخطاب بيد أنهم لا يخرجون عن عباؤها وتحقيق مصالحها، وهي سلطة أخرى وقعوا تحت نفوذها !!

وتحرص دول العالم على تدعيم قنواتها الإعلامية؛ لتكون سلاحاً توجهه صوب خصومها، فالسلطة غالباً من وراء الإعلام، وتربطه بها علاقة حميمة، فقد تكون السلطة من وراء إنشاء مؤسسة إعلامية، فتصبح تبعاً لها وجنداً من جنودها، وقامت بعض الانقلابات العسكرية بالهيمنة على وسائل الإعلام، فجعلتها تحت سلطتها، وطاردت المؤسسات الإعلامية التي تمردت عليها، حرصاً منها على الهيمنة على الشعب وتوجيهه، وأن تغزوه فكرياً، فلا يسمع خطاباً غير خطابها، فينصاع لها طواعية أو وهماً أو قهراً، أو لأنه الخطاب الوحيد الذي يتلقاه.

ولكن هذا لم يعد ممكناً في ظل التقنية المتقدمة والإمكانات المطروحة للمتلقّي فقد أصبحت لديه قدرة عالية على استقبال رسائل أخرى وخطابات من قنوات لم تستطع السلطة حجبها عنه أو السيطرة عليها، فلم تجد بداً من أن تسير في ركاب الإعلام، وأن تستجيب لبعض حقوق المعارضة التي ترسل خطاباتها عبر قنوات خارجية أو خاصة لا تهيمن عليها الدولة.

وقد كان الإعلام السلطي منفرداً بالاتصال ومتسلطاً على الجماهير، فلا يعطي مساحة لخطاب الآخر، ولا يسمح للجمهور أن يتلقى خطاب الآخر، أو أن يرى العالم، وقد كانت سياسته التعتيم والتوجيه، وقد كان لهذا النوع من الإعلام سلبات عديدة، لكن خطاب الآخر اليوم صار متحرراً من قيود السلطة، وأصبحت لديه القدرة على تحدي خطاب

السلطة، وقد كان الآخر يهرب من سلطان السلطة فيهاجر، ليلقي خطابه من الخارج؛ ولكنه الآن يستطيع أن يبث خطابه جهاراً وإسراً في ضوء تقنيات الاتصال الحديثة، التي ساعدته في التواصل مع جماهيره، وأن يرسل خطابه داخلياً وخارجياً.

وقد تستخدم وسائل الإعلام ضد المعارضة الدولية، فبعض الدول تستخدم الدعاية الإعلامية ضد دول أخرى لا تحالفها، فتبث رسالة مصنوعة تتناول الأوضاع الداخلية في تلك الدول، مثل: الأقليات، الحرية وحقوق الإنسان، نزاهة الانتخابات، وقد تصعد حملتها الإعلامية، فتضمن رسائلها معلومات تشير إلى خطر هذه الدول على الأمن العالمي، وتستخدم في وصفها تراكيب: محور الشر، حليف الشيطان، عدو السلام، أسلحة دمار شامل.

وقد استطاعت المعارضة أو الأحزاب إنشاء قنوات إعلامية خاصة بها لتعبر عن فكرها أو هويتها السياسية، فأنشأت الصحف والمجلات، وقنوات تليفزيونية وفضائيات، واستطاعت من خلالها أن تميظ اللثام عن فكرها، وأن تصحح وضعها في الدولة، وأن تعيد رسم صورتها في أذهان الجماهير، وأن تستبدل بها تلك الصورة التي قدمتها السلطة للمعارضة التي تصفهم دائماً بالمتآمرين على الدولة، والخارجين على القانون والعملاء والخونة، والخوارج، والمارقين وغير ذلك من المفردات التي تضع من فكرهم وولائهم للدولة.

وبعض الدول التي تواجه معارضة دول أخرى تعد رسائل دفاعية موجهة إلى مضمون الرسائل التي تندد بها، وكلتا الرسالتين تحاول هدم الأخرى، ودحض أدلتها، وتستعين في ذلك بوسائل لغوية وغير لغوية، وترفق بهذه الرسائل صوراً وسمعيات، ومرئيات وتعليقات وآراء للتأثير والإقناع.

وتهيمن على وسائل الإعلام في الوطن العربي تيارات سياسية موجهة ومتأثرة بثقافات وافدة، فقدمت خطاباً موجهاً أثار جدلاً وخللاً في وحدة الأمة وهويتها، وتمارس وسائل الإعلام ضغطاً سلطياً على الجماهير للتغيير هويتهم الشرقية المتمثلة في الدين والعروبة والمظاهر الاجتماعية مدعية أنها تقود حافلة التنوير والتغيير ولا يتجاوز هذا التنوير الزى والسلوك وليس من التنوير العلمى فى شئ، فوسائل الإعلام لا تقدم ثقافة علمية بل أعمال فنية هابطة سطّحت العقول وهمشت الوعي ورسخت السفة والغث، فجنحت بعقول الشباب نحو السفاهة دون المشاركة فى السياسة والمسئولية الأسرية، فظهر جيل لا يعرف

المواطنة أو الانتماء، فأنحرف الشباب عن الجادة إلى التطرف الخلقى والمغالاة فى ممارسة
العريضة .

وتراجعت دول عربية عن إمامة قافلة الإعلام أمام دول حديثة استطاعت أن تقدم
إعلاماً قيماً حقق شعبية واسعة واستقطبت جمهور قنوات لها رصيد كبير من الإعلام الهزيل
غير المفيد، ومازالت القنوات التى تتبع السلطة على دينها القديم تمدح سادن المعبد وحراسه
غير معتبرة بردود أفعال الجماهير تجاه مدائحها فى كبير الكهنة ورجاله فقد انصرفت عن
خطابها الذى لا يتضمن قيمة ترغب فيها وتراه كذباً، ويعبر عن وثنية ذهبت بظهور دين
جديد .

*** **