دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	الإعلام السياسي: أنواعه وأهدافه وأثره في الوطن العربي
المصدر:	مجلة العلوم القانونية والسياسية
الناشر:	الجمعية العلمية للبحوث والدراسات الاستراتيجية
المؤلف الرئيسي:	السرحان، جهاد محمد شيبان
المجلد/العدد:	س7, ع2
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	حزيران
الصفحات:	245 - 285
رقم MD:	836361
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EcoLink, IslamicInfo
مواضيع:	الإعلام العربي، الإعلام السياسي، الإعلام
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/836361

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

الْبَحْثُ السَّابِعُ

الإِعْلامُ السِّيَاسِيُّ

أَنْوَاعِهُ وَأَهْدَافِهُ وَأَثَرُهُ فِي الْوَطَنِ الْعَرَبِيِّ

د جِهَادُ مُحَمَّدُ شَيْبَان السَّرْحَان
وَزَارَةُ الدَّاخْلِيَّةُ-مُدِيرِيَّةُ الأَمْنِ الْعَامِ

الملخص

تم اعتماد المنهج التحليلي من قبل الباحث لتوضيح الإعلام السياسي المكتوب ودوره في التحوّل الديمقراطي بدءاً بمسيرة الإعلام السياسي التاريخية متوصلا إلى معرفة دورها الجديد في الظروف التاريخية المعاصرة. حيث تم تقسيم الدراسة إلى خمسة فصول تناولت "الإعلام السياسي المكتوب أهدافه وأنواعه في الوطن العربي " وذلك من خلال استعراض الإعلام وتحولاته التاريخية بتتبع التطور التاريخي لمسيرة الإعلام الأيديولوجي والمعولم وصولا للسمة الأممية للإعلام السياسي، كما تم استعراض نظريات الإعلام السياسي، للتوصل لسمات الإعلام السياسي المكتوب متوقفا عند تطور العلاقة بين الإعلام السياسي والنظام السياسي والوظائف المترتبة عليه والأهداف التي يسعى الإعلام السياسي إلى تحقيقها على كلا المستويين الوطني والدولي.

Abstract

Political Media

Dr. Jihad Mohammad Shaiban Al Sarhan

The researcher has applied the Political Written Media and Its Role in the Democratic Transition, and to identify its new role in the contemporary historical circumstances. Therefore, the researcher has divided the current study into five chapters that addressed" Political Written Media " through reviewing media and its historical modifications and via tracking the historical development of ideological and globalized media process to finally reach the national feature of political media. The researcher also reviewed the political media theories in order to conclude the features of written political media and reviewing the development of the relationship between the political media and the political regime, its functions and objectives which the political media seeks to achieve on both national and international level.

تمهيد

توظّف الاختلافات لخدمة المصالح الإستراتيجية لجهات معينة بذاتها، وبهذا السياق ظهر الإعلام السياسي، وجرى الاعتماد عليه في الاختلافات المحتدمة بين الاستراتيجيات المختلفة في عالمنا المعاصر، الذي طرأت عليه الكثير من التغيرات، التي يمكن ملاحظاتها من خلال مؤشرات عديدة ترتبط بطبيعة القوى الاجتماعية والاقتصادية المُهيمنة على مقاليد السياسة.

وفي خضم النزاعات الاجتماعية والسياسية الجارية اليوم في عالمنا العربي احتلّ الإعلام السياسي دورا جديدا في المعركة المستمرة بين مطامح الشعوب العربية الهادفة إلى الديمقراطية والعدالة الاجتماعية، وبين القوى الإقليمية / الدولية التي تحاول توظيف تلك المطامح لصالح توجهاتها الإستراتيجية حيث لعب الإعلام السياسي المكتوب دوراً أساسيا في العديد من القضايا ومنها الثورة المصرية، مما شكّل وجهة نظر للقارئ تجاه مضامينها من خلال هذا النوع من الإعلام السياسي.

وحيث إن الإعلام المكتوب يستعمل لغة مميزة في عرض السياسة، من خلال كتابة ونشر الدعاية السياسية والدعاية المضادة، من خلال الصفحات اليومية المكتوبة، لتصل هذه الرسائل الإعلامية السياسية لجمهورها المتلقي بهدف التأثير على عقول وأحاسيس القراء.

والإعلام المكتوب يختلف عن الإعلام المرئي والمسموع، لأن الإعلام المكتوب ينقسم من ناحية الانتماء السياسي والإيديولوجي حيث ينتمي كتّابه وقرّاءه أيضا إلى فئات الصراع الموجودة خلف الجبهات المتصارعة وانطلاقا من المواضيع المتناولة والمكتوبة على صفحات الصحف([1])، نرى ظهور الإعلام السياسي الذي يراد الترويج له من قبل أطراف الصراع، والتي تختلف فيما بينها، وفقا لذلك نرى المقالات السياسية والإيديولوجية التي يقوم بكتابتها كتّاب هذه الجرائد ومنها قد تأخذ الطابع الحزبي المنتمي فكريا وسياسيا إلى فريق معين يخوض صراعا طويلا وكبيرا وترى أنها في

([1])عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات،القاهرة، ٢٠٠٤، ص٦٥ وما بعدها.

كل كلمة تعكس طرحها، وهذه الحالة التي تمارس في الإعلام المكتوب ما هي إلا حرب فكرية وسياسية يومية من خلال طرح تصورات وأفكار.

تمثّل الفكرة أو الخبر الأساس في عملية تحليل المتلقي لهذا الخبر أو هذه الفكرة، لتتحول فيما بعد إلى حقيقة يُبنى عليها تصورات وقراءة سياسية تحليلية تأخذ طابع المعلومات الاستخبارية من خلال مقالات تُنشر في الصحف اليومية المعارضة أو الموالية لمنظور سياسي معين.

شهد العالم العربي العديد من الأوضاع السياسية التي كانت حقلاً خصباً للإعلام السياسي، ومنها:

- حرب الكويت، حيث تطوّر النزاع بين العراق والكويت في سياق حرب الخليج الأولى، وفي عام ١٩٩٠ اتهم العراقُ الكويت بسرقة النفط عبر الحفر بطريقة مائلة(١)، والتي كان الإعلام السياسي المكتوب خلالها يرضخ للعديد من التقييد والمنع من الحكومات ويخضع للرقابة. وكذلك حرب الخليج الثانية تسمى كذلك عملية عاصفة الصحراء أو حرب الكويت (١٧ يناير إلى ٢٨ فبراير١٩٩١)(٢)، وهي حرب شنتها قوات التحالف المكونة من ٣٤ دولة بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية ضد العراق بعد أخذ الإذن من الأمم المتحدة. وقد ساهم الإعلام السياسي في إظهار رغبة أحد طرفي الصراع حيث كان المنع والتقييد هما السمتان البارزتان لوصف الإعلام السياسي.

---

(١) من خلال الموقع الالكتروني: AP News at ABC Inc., WABC-TV/DT New York News website، تحت عنوان: article Iraq to Reopen Embassy in Kuwait published September 04, 2005

(٢) من خلال الموقع الإلكتروني: http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/gulf/cron/، تحت عنوان: PDF. Public Broadcasting Service Retrieved 2007-03-20.

أنظر كذلك: من خلال الموقع الإلكتروني: CNN, 16 January 2001

- الغزو الأمريكي للعراق، عام ٢٠٠٣، حيث كان العمل الإعلامي المرافق للغزو الأمريكي للعراق من أهم الحالات الدراسية في كليات الإعلام في جامعات العالم وفي المؤسسات الإعلامية المحلية والعالمية، فهي المرة الأولى التي تدخل فيها الفضائيات والانترنت إلى جانب الصحافة من خلال الإعلام السياسي المكتوب ووكالات الأنباء والإذاعة والتلفزيون المحلية في حرب كبيرة اقرب إلى العالمية وتشغل جميع الناس تقريباً.
- الإعلام الإسرائيلي، يعتبر من القضايا القديمة الحديثة في طرحه لعلاقاته مع دول الجوار فلا يزال يناور في بث الدعاية السياسية في إعلامه بشكل عام والمكتوب بشكل خاص، من خلال كتابه ومحلليه السياسيين، بتسليط الأضواء على معركة ومواجهة إعلامية وعسكرية، من خلال العديد من النوافذ التي يستطيع الدخول عبرها إلى العالم كله سواء فيما يتعلق بالعلاقات الإسرائيلية اللبنانية وحزب الله أو العلاقات الإسرائيلية التركية وأحدثها العلاقات الإسرائيلية السورية في الوضع الراهن المتمثّل في الأحداث السورية الداخلية (الثورة السورية).

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة أهمية عملية، تتمثل في مكانة الإعلام السياسي المعاصر وفاعليته في التأثير على عملية خلق الرأي العام وتأطيره باتجاه معين. وكذلك مدى تأثير الإعلام السياسي المكتوب على القارئ ومحاولة إقناعه بوجهات نظر موالية أو معادية لجهة معينة، تشوّه الحقائق بطريقة قد يعجز عن تحليلها المُتلقي.

أهداف الدراسة

تكمن أهداف الدراسة في محاولة بيان السياسات الإعلامية التي تؤدي إلى وضع الإعلام السياسي المكتوب في خدمة السياسة، وتوضيح آثارها على الوعي للمتلقي.
كما تهدف الدراسة أيضًا لبيان مدى الرقابة التي أحاطت بالإعلام المكتوب لإيصال الحقيقة للقارئ ومدى مصداقية هذا الإعلام السياسي المكتوب في إظهار الأحداث على حقيقتها.

مشكلة الدراسة

إن احتكار شبكة الإعلام من قبل جهة معينة في محاولة منها لإعادة صياغة الوعي السياسي للمواطن العادي بما يتناسب ومساراتها الإستراتيجية من كل ذلك تبرز مشكلة البحث المتمثّلة بكيفية صياغة إعلام سياسي مكتوب قادر بخطاب موضوعي حيادي على بناء رؤية إنسانية هادفة إلى اتخاذ مواقف عقلانية مساندة أو مناهضة لقضايا السياسة الدولية .

مخطط الدراسة

تتكون الدراسة من المحاور الآتية:

١. أهداف الإعلام السّياسي على المستوى الوطني
٢. أهداف الإعلام السّياسي على المستوى الدولي
٣. أنواع الإعلام السّياسي
٤. مُعوِّقات الإعلام السّياسي في الوطن العربي.

المقدمة:

بات من المعروف أن الإعلام السياسي الوطني بكافة أشكاله وخاصة المقروءة تَرابَط وطبيعة النظم السياسية العربية التي تفتقر إلى الديمقراطية السياسية والقوانين الناظمة لعمل المؤسسات الإعلامية، لهذا نجد أن الإعلام في البلدان العربية ما عدا استثناءات تاريخية، كان ولا يزال، محتكراً بيد الحكومات العربية معبراً عن مصالحها ومروجاً لنهجها السياسي، استنادا إلى سيادة النظم الاستبدادية وانعدام الحريات الديمقراطية العامة فقد مرت الأجهزة الإعلامية في البلدان العربية بحقبتين تاريخيتين هما:

أولاً: الإعلام السياسي في الحقبة الكولونياليّة

تميّزت المرحلة الكولونيالية بحياة ديمقراطية شكلية حيث شهدت هذه الفترة ظهور الأحزاب السياسية المعبرة عن تطلعات الكتل الاجتماعية في المحيط الوطني فضلا عن تقاسم شكلي للسلطات الثلاث، وبهذا السياق تفاوتت التغيرات الديمقراطية الشكلية من بلد إلى آخر خاصة في الدول العربية الكبرى مصر، العراق، سوريا انطلاقا من قوة

الحركة السياسية الاجتماعية المناهضة للهيمنة الكولونيالية والحكم الوطني الموالي لها، ورغم ذلك التفاوت فقد انقسم الإعلام الوطني إلى قسمين الأول إعلام رسمي ترعاه السلطات الكولونيالية، والقسم الآخر هو إعلام وطني حزبي معارض ظهر بأشكال مختلفة منها العلني المتمثل بالصحافة، المجلة والكتاب المطبوع، ومنها السري الذي تميز بإصدار صحف محدودة التوزيع فضلا عن البيانات السياسية التي تعبّر عن رؤى الأحزاب السياسية في المنعطفات الوطنية والدولية الكبرى([1]).

ثانياً: الإعلام السياسي في الدولة القُطرية المستقلة ([2]).

١) تواصلت أشكال الإعلام السياسي المختلفة الرسمية منها والحزبية العلنية والسرية في مسار بناء الدولة الوطنية المستقلة خاصة بعد ظهور دول الشرعية (الثورية) التي ارتكز إعلامها على شكلين إعلاميين مميزين الشكل الأول هو الإيديولوجي الرسمي المرتكز على الفكر القومي المرتبط بهيمنة الحزب الواحد في نظم الشرعية الثورية والإعلام الحزبي المعارض لنهج التسلط المتشح هو أيضا بأردية أيدلوجية.

٢) إن اتشاح كلا الشكلين من الإعلام الرسمي والحزبي العلني والسري بأردية أيدلوجية أملته (روح العصر المتسمة بازدواجية خيار التطور الاجتماعي رأسمالي واشتراكي فضلا عن سيادة التيارات القومية واليسارية والإسلامية على الحياة السياسية، هذا إذا استبعدنا التيار الليبرالي الذي انحسرت قاعدته الاجتماعية بسبب هيمنة الدولة على الاقتصاد الوطني.

٣) الإشارة إلى الإعلام الرسمي والشعبي الأيديولوجي تزامن واحتكار الإعلام الرسمي في دول الشرعية الوراثية التي افتقدت بدورها إلى الأحزاب السياسية المعارضة وما أنتجه

([1])جريدة "عكاظ" السعودية، تحت عنوان: الإعلام السياسي في الدولة القطرية، من خلال الموقع الإلكتروني: http://www.alarabiya.net/views/2010/03/17/103272.html

([2])ندوة ألقيت في مهرجان الجنادرية، تحت عنوان: الجنادرية تفتح ملف الإعلام السياسي .. وقضايا الجيل، الأربعاء ٠١ ربيع الثاني ١٤٣١هـ - ١٧ مارس ٢٠١٠م

ذلك من مصادرة الحريات السياسية العامة وجعل الإعلام أداة من أدوات التضامن القبائلي بعيدا عن التغيرات السياسية.

المبحث الأول

أهداف الإعلام السّياسي على المستوى الوطني

يهتمُّ الإعلام السياسي العربي بمعالجة القضايا العربية، الإقليمية والدولية، من وجهة نظر النظام السياسي الرسمي العربي والذي يوصف بالتبعية لاستراتيجيات الدول الكبرى خاصة في دول الشرعية القبائلية وبهذا المعنى يعد الإعلام السياسي أحد الأشكال الهامة التي تعتمد عليها النظم السياسية في الدول العربية مشيراً إلى أن التغيرات الاجتماعية السياسية التي جرت على الدول العربية خاصة في حقلها الاقتصادي المتماشي ووصفات الليبرالية الجديدة لم ترافقها حرية الرأي والنشر وتأسيس الأحزاب السياسية، بل بالعكس أدّت الإجراءات الاقتصادية المتمثلة بتحجيم دور الدولة الاقتصادي إلى خلق كتل سكانية هامشية محرومة من حقوق الإنسان الأساسية(١).

المطلب الأول

التأثير في الاتجاهات

أفرزت التحولات الاقتصادية الليبرالية في دول الشرعية (الثورية) شرائح طبقية جديدة اغتنت بسبب تخريب قطاع الدولة الاقتصادي الأمر الذي مكّنها من بناء تحالف سياسي اجتماعي مع كتلة اجتماعية ناهضة تتشكل من إعلاميي وفنيي قطاع المحطات الفضائية فضلا عن جمهرة واسعة من الكتاب والصحفيين وما نتج عن ذلك التحالف من ظهور إعلام يخدم التحالف البيروقراطي المبارك من الشركات والمؤسسات المالية الدولية (٢)..

---

(١)جريدة "عكاظ" السعودية، مرجع سابق .

(٢)ندوة ألقيت في مهرجان الجنادرية، مرجع سابق .

بسبب اقتصاد دول الشرعية القبائلية الريعي وتحالف شرائحها المالية والعقارية مع الرأسمال الدولي الاحتكاري أنتجت دول الشرعية القبائلية إعلاما سياسياً اتّسم بتناقض حركته السياسية المتمثلة بسمتين الأولى منهما ترابط القيم العشائرية المتحكمة في بنية النظم السياسية القبائلية مع النزعات المتعلقة بسياسة العولمة. والثانية تشابك مصالح الرأسمال الخليجي مع السلفية الإسلامية وما نتج عن ذلك من دعم القوى السلفية بالمال والفتاوى الجهادية. إن التناقض المشار إليه في بنية الإعلام السياسي المكتوب في دول الشرعية القبائلية يفسّره المسار التاريخي لتطور تلك الدول والتي تشكلت بنيتها السياسية من ازدواجية السلطة المتمثلة بسلطة القبائل المتداخلة وسلطة (الدولة) والمستندة إلى ركائز ثلاث أساسية (أ) هيمنة قبائلية تغذيها العادات والأعراف العشائرية. (ب) سيطرة اقتصادية تتجلى بملكية الطواقم القبائلية الحاكمة لمؤسسات (الدولة) الاقتصادية/الخدمية. (ج) سيادة قبائلية سياسية تتمثل بسيطرة أبناء العشائر المنفذين على السلطة السياسية. خلاصة القول إن تناقض الإعلام السياسي في الدول القبائلية يكمن في تحالفات رأس المال الخليجي النفطي مع الشركات الدولية الاحتكارية ذات النزعات الفوق وطنية من جانب وبين تحالف الروح القبائلية مع السلفية للإسلام السياسي الطائفي من جانب آخر(١).

أدّت حركة الطور المعولم من التوسع الرأسمالي إلى نتائج كثيرة على البلدان العربية تمثلت بعدة حلقات أساسية أهمها (أ) السعي إلى استبدال آليات التبعية الاقتصادية من ضوابطها الدولية إلى بناء مستلزمات الاندماج الاقتصادي بصيغة الإلحاق وما يحمله ذلك من خطر تهميش الدول العربية وانهيار مضمون التنمية الوطنية المستقلة. (ب) انتقال النزاعات الاجتماعية من طابعها الطبقي ذات الأهداف والمصالح الاقتصادية إلى نزاعات طائفية بسبب الحروب والحصار الاقتصادي وتفكك التشكيلات الاجتماعية في البلدان العربية. (ج) ظهور ما يسميه الباحث بدول الإسلام السياسي الطائفي وما أفضى إليه من سيادة الأحزاب الإسلامية الطائفية في البنية

(١) جريدة "عكاظ" السعودية، مرجع سابق .

السياسية لتلك الدول، أفضت النزاعات الإقليمية ـ الدولية المتمحورة حول مشروعي التبعية بصيغة الإلحاق الذي تمثله الدول الكبرى وموازنة المصالح الإقليمية/الدولية وعدم التدخل في الشؤون الداخلية إلى تشابك الإعلام السياسي الفضائي الشرق أوسطي مع السياسة الطائفية للنظم السياسية (١). وقد أفضى تشابك الإعلام السياسي الفضائي مع السياسية الطائفية إلى ظهور إعلام سياسي جديد يتّسم بخصائص جديدة يمكن للباحث إيراد بعض منها:

١- انعدام الضوابط الموضوعية والمهنية في لغة الإعلام السياسي فضلاً عن سيادة الروح العدائية والتدخل في النزاعات الداخلية.

٢- اشتداد وتيرة التحريض والشد الطائفي عبر الفتاوى الدينية المستعرة .

٣- الابتعاد عن هموم المصالح الوطنية الحقيقية والتركيز على بناء الوعي السطحي المتّسم بالهياج والإثارة.

٤- ترابط الإعلام السياسي وإعادة بناء الجوانب النفسية لدى المواطن بهدف إخضاعه لآليات الضبط الطائفي.

تكثيفاً، يمكن القول أن الإعلام السياسي في الظروف التاريخية المعاصرة يحمل سمات عدائية الأمر الذي يمكن اعتباره وسيلة من وسائل التعبئة والإثارة الحربية الهادفة إلى جرّ القوى الاجتماعية إلى صراعات طائفية بعيدة عن المصالح الإنسانية الاقتصادية والسياسية وخدمة للقوى المتحكمة في مسار السياسة العربية والدولية.

المطلب الثاني

الرّقابة على الحكومة في الوطن العربي

تم تقديم المصالح القُطرية الضيقة على المصالح العربية العليا، خاصة في خضم التجاذب السياسي والاصطفاف الأيديولوجي الذي قسّم الأمة، وفتَّ عضدها، فانقسمت الصحف والدوريات العربية في خطابها بين تيارات فكرية وسياسية

(١) لطفي حاتم، الاحتلال الأمريكي للعراق وانهيار الدولة العراقية، إصدار جمعية تموز مالمو، ٢٠٠٧، ص ٤٩

ومذهبية، ما شوش على الوعي المجتمعي، وأضعف الموقف العربي، فأصبحت الفضائيات العربية جزءا من الإشكالية الحادثة في الحالة العربية بالمعنى السياسي والثقافي، عوضا عن أن تكون رافعة للتنوير والتغيير الاجتماعي، ومحركا فاعلا في توحيد الموقف العربي، شعبيا ورسميا (١).

فالعمل الإعلامي والثقافي العربي، يفترض أن يجنب الحركات القومية، والعمل وفق مسطرة عليا للأمة العربية، خاصة في هذه الفترة التي تشهد فيها المنطقة، التهابات حادة بالمعنى السياسي، وتجاذبا واسعا بالمعنى العقائدي. فالإعلام الجديد يقود قاطرة عابرة للمجتمعات، فاعلة في بناء الأفكار والصور والمعتقدات والسلوكيات الاجتماعية، ما يعني أهمية تشخيص واقع السياسات التحريرية في عمل منظومة القنوات الإخبارية والصحف اليومية والدوريات، وتأثيرات شبكة الإنترنت على الجيل الجديد، ومستوى التأثير الاجتماعي واتجاهاته.

ويتقاطع سلوك الحكومة إزاء موضوع الإعلام مع سلوك الحركات الإسلامية. من ناحية مبدئية، تعتقد الحكومات العربية أن من حق التونسيين الحكم عليها أو لها بالنظر إلى تغطية موضوعية وأمينة للأحداث، وهو أمر لا تزال وسائل الإعلام وخاصة منها العمومية بعيدة عنه. بالموازاة مع ذلك، تشعر الحركة بغبن شديد نتيجة انحياز الإعلام ضدها، ما أدى بها إلى إتباع منهج متوتر إزاء الإعلام العمومي طرحت في خضمه فكرة خصخصته وهو ما زاد في إثارة الإعلاميين. فالحركات الإسلامية تجد مصلحتها في إعلام مهني ومحايد يعطيها من الحقوق ما يعطيه لغيرها(٢).

□

(١)ندوة ألقيت في مهرجان الجنادرية، مرجع سابق .

(٢) منشورات مركز الجزيرة للدراسات، تحت عنوان، تونس: معركة سياسية بأدوات إعلامية، الأحد ٠٦ مايو ٢٠١٢، مكة المكرمة، من خلال الموقع الالكتروني:
http://studies.aljazeera.net/positionestimate/2012/05/2012561440467926 45.htm

المطلب الثالث

التسويق السّياسي في الوطن العربي

هو عملية متداخلة إذا يمثل مفارقة وتناقضاً، ويعتبر في العصر الحالي بمنزلة الدعامة السياسية في الإعلام لكونه النوع الأكثر فعالية، وتُوجه إليه عادة تهمة إهماله ومساسه بالجانب الأخلاقي ولكنه يوظف وعوداً كاذبة في كثير من الأحيان تتجاوز حجم وإمكانيات المرشح السياسي ولذلك يمكن الربط بين مختلف أدوات الإعلام السياسي والتسويق السياسي بشكل يعزز عملية التنمية السياسية من المنظور المؤسساتي النظامي، المتمثل في صياغة الجانب الملموس، المتمثل في صياغة برامج متكاملة تتجاوز الماضي بتوفير ظروف اقتصادية واجتماعية جديدة وتوظيف الروابط وتدعيم حركة المجتمع وتحويلها إلى آليات للاتصال والتسويق السياسي ومن المعلوم إن لجميع الأحزاب السياسية تواجدا في المجتمع المدني سواء كان في شكل تنظيمات طلابية أو نقابات أو جمعيات ذات طابع خدمي، ويوظف خطاب هذه الجمعيات لتدعيم عملية التسويق والإعلام السياسي للبرامج التي يهدف إليها الحزب وتسويقها وذلك لأن توفير الوسائل السلمية للإعلام يسمح للموظفين والأفراد بالتأثير في مضمون القرارات الجماعية المقترحة التي تحقق مصالحهم المشروعة وتؤمّن حقوقهم الاجتماعية والبيئية والقانونية والسياسية(١).

إن الاتصال السياسي محدد بأهداف مقصودة وغايات مرسومة، فالسياسي يتحدث إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام لغرض إيصال رسالة محدودة المقاصد إلى الجمهور، والإعلامي الذي يراقب أعمال الحكومة وأساليب ممارسة السلطة، وكذلك الأفراد الذين يشاركون في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام من اجل التعبير عن آرائهم تجاه قضاياهم. وأن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي في المجتمع هي الوسيلة المثلى للاتصال السياسي، وينقلون تلك المعلومات التي

(١)أميرة عبد الله الجاف، دراسة نظرية في مفهوم الإعلام السياسي، من خلال الموقع:
http://kawanakurd.com

تبثها وسائل الإعلام بطريقة التحليل والتفسير للجمهور وتقديم وجهات نظرهم المختلفة لتلك المعلومات والرسائل الإعلامية. وفي الأزمات السياسية والاقتصادية والعسكرية غير الطبيعية التي تمر بها المجتمعات تلجأ النخب السياسية إلى التعامل المكثف مع وسائل الإعلام لإبراز وجهات نظرهم وآرائهم للتأثير على الرأي العام، وقد تكون تلك النخب تمثل المعارضة أو الحكومة . وهنا دور الإعلام يكون دور الوسيلة حيث تنقل وجهات النظر السياسية المختلفة، وكذلك الناس في تلك الأزمات تهرع إلى وسائل الإعلام كمصدر أساسي لاستقاء المعلومات حول تلك الأحداث والأزمات وهذه الأحداث تعطي فرصة التنافس الإعلامي في تقديم المعلومات والأخبار التي ترقى إلى مستوى الحدث، وقد يطلق اصطلاح الإعلام السياسي في تلك الأزمات " إعلام الأزمات السياسية" وهنا يكون الاتصال السياسي حقق هدفه الأساسي من خلال إيصال رسالته المقصودة إلى الجمهور(١).

المطلب الرابع

تدعيم وترسيخ الولاء والتأييد لبلورة ثقافة قوميّة في الوطن العربي

أدخلت الثورة العلمية التكنولوجية الإعلام العربي الرسمي في أزمة حقيقية وذلك بسبب اختراق المعلومة السياسية الحدود الوطنية وسرعة انتقالها الأمر الذي اشترط على النظم الاستبدادية العربية مواجهة التحديات الجديدة بما يضمن لها إمكانية التكيف مع التطورات التكنولوجية وإعلامها العابر لحدودها الوطنية. وانطلاقاً من ذلك شرعت النظم الاستبدادية العربية باتخاذ حزمة من الأساليب الهادفة إلى التقليل من تأثيرات الموجة الإعلامية الجديدة عبر سلسلة من التوجهات أهمها(٢):

---

(١)ناجي الغزي، دور الإعلام في الاتصال السياسي وأثره على الجمهور، الحوار المتمدن-العدد: ٢٥٢٤ - ٢٠٠٩ / ١/ ١٢.من خلال الموقع الإلكتروني:
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=159303

(٢)جريدة "عكاظ" السعودية، مرجع سابق .

١- شراء الصحف والمجلات الإلكترونية والورقية لغرض الترويج لسياستها الرسمية الداخلية والخارجية.

٢- الاستمرار في تقييد حرية النشر عبر منع إعطاء تراخيص جديدة لصحف أو مجلات فضلا عن محاولة توظيف كتلة من الإعلاميين والكتاب والصحفيين في مراكزها الإعلامية .

٣- تقييد شبكات التواصل الاجتماعي ومنع المدونات الالكترونية فضلا عن إنشاء المدونات الرسمية الخاصة بهذا النظام السياسي أو ذاك.

إن الإشارة إلى محاولة النظم العربية الاستبدادية التكيف مع تطورات الإعلام الإلكتروني اتخذ ثلاثة أشكال أساسية (أ) بناء محطات فضائية إعلامية. (ب) بناء محطات دينية . (ج) حيازة محطات فضائية ترفيهية تُعنى بالبرامج الغنائية، والمسلسلات التلفزيونية .... الخ ورغم الترابط بين الأشكال الثلاثة من الناحية الإستراتيجية الإعلامية لكننا نتوقف عند الشكلين الأولين.

إن قدرة التأثير السياسي للصحافة صارت واضحة إلى حد أنها أصبحت تلعب دوراً بارزاً في الحياة السياسية في المجتمعات المعاصرة الديمقراطية أو حتى الدكتاتورية المستبدة، ولقد بلغت من التأثير إلى حد تسميتها "بالسلطة الرابعة" بعد السلطة التنفيذية والسلطة التشريعية والسلطة القضائية(١). ولاشك أن هذا الدور الذي تلعبه الصحافة على المسرح السياسي الكبير تؤدي خلاله مجموعة من المهام المتنوعة حسب الهدف منها، بما يخدم في النهاية الجمهور والعملية السياسية على اختلاف وجوهها، ويتم ذلك في إطار عملية ضخمة تتعاظم الأدوار والمهام والمسؤوليات في إطارها ويطلق عليها في النهاية الإعلام السياسي فهي عملية شاملة لكافة أدوار تأثيرات الصحافة على الجمهور والمجتمع والسلطة. وهذا يعني أن الوظيفة السياسية للصحافة تتفوق وتطغى على كافة وظائفها الأخرى، بل إن الصحافة وظيفة سياسية بالدرجة الأولى، ومن هنا فالأدوار والمسؤوليات التي تقع على عاتق الصحافة من خلال

(١)W. Lance Bennett, James Barbere, Public opinion in American politics, (New York: Har Court; 1980): P. 134.

وظيفتها السياسية ليست بالسهلة ولكنها في الحقيقة مهام صعبة وينبغي للصحافة أن تؤديها على أكمل وجه، حتى يحقق العمل الصحفي النتائج المرجوة على هذا الصعيد ولن يكون ذلك على النحو المأمول إلا إذا حددت الصحافة مسؤوليتها السياسية تحديداً دقيقاً منذ البداية(١). وعليه فإن مسؤولية الإعلام السياسي يمكن تحديدها في عدة أدوار أو مهام أساسية نتناولها من خلال مجموعة من المطالب الواردة تباعاً.

والإعلام السياسي كما ذكرنا هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والقضايا والمشكلات السياسية بطرق موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات السياسية المثارة والمطروحة(٢). فهناك مجموعة من الأدوار أو الوظائف التي ينبغي أن يحرص عليها الإعلام من خلال القيام برسالته، كما ينبغي أن ينشط فاعليته من أجلها ويعمل دؤوبا على تحقيقها.

المبحث الثاني

أهداف الإعلام السّياسي المكتوب على المستوى الدولي

أدى صعود البرجوازية المالية إلى الحكم المساند من الشركات الدولية الاحتكارية وتصدرها المشهد الاقتصادي العالمي إلى انهيار استقلالية الإعلام السياسي والصحافة المحلية بعد سيطرة رأس المال عليها الأمر الذي أنتج آثاراً سياسية اجتماعية على طبيعة نظم الشرعية الديمقراطية يمكن رصدها بالقضايا التالية:

---

(١)انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد.. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، مرجع سابق،ص٦٤.

(٢) سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ١٩٨٤.

أ- ترابط الإعلام السياسي مع الشركات الدولية ومصالحها الاستراتيجية وما نتج عن ذلك من فقدان الاستقلالية النسبية التي ميّزت نشاطه سابقا .

ب- اختلال العلاقة بين سلطات الدول الديمقراطية وتنامي دور الشركات الاحتكارية في الحياة السياسية أدى إلى وضع الإعلام السياسي في خدمة توجهات السلطات التنفيذية (١). قاد الترابط بين وظائف الإعلام السياسي وأجهزة الاستخبارات في الدول الرأسمالية إلى ولوجه الإعلام السياسي، ميادين الحروب الاقتصادية والسياسية التي يشترطها التوسع الرأسمالي وشركاته الاحتكارية.

ج - إن هيمنة رأس المال على الصحافة المحايدة والمستقلة وضعها في خدمة الأنظمة السياسية، خاصة في منطقة الخليج العربية، حيث إن الصحف العربية الصادرة في الغرب اختصرت وظائفها على الترويج للنهج السياسي للدبلوماسية العربية.

المطلب الأول

جمع المعلومات الكافية عن البيئة السياسيّة والاجتماعيّة والإعلاميّة للدول المراد التوجّه إليها

يترابط الإعلام السياسي الفضائي مع دبلوماسية الدول الكبرى وإستراتيجيتها الهادفة إلى التدخل في الشؤون الداخلية للدول الوطنية لغرض إعادة بناء أنظمتها السياسية ونهجها الاقتصادي بما يتناسب وحركة التوسع الرأسمالي العاملة على بناء التكتلات الاقتصادية الكبرى (٢).

شكلت الثورة العلمية التكنولوجية علامة فاصلة بين مرحلتين من مراحل تطور الإعلام السياسي وكيفية توظيفه لخدمة المصالح الأساسية للكتل الاجتماعية والدولية المتنازعة وبهذا المسار تلازمت الثورة العلمية التكنولوجية مع سرعة الاتصال

---

(١)عامر الحسيني سقوط إمبراطورية الإعلام. ضعف إجراءات الحكومة الاقتصادية الإلكترونية ٠٣ أغسطس ٢٠١١ العدد ٦٥٠٥،
http://www.aleqt.com/2011/08/03/article_565603.html

(٢)محمد عارف، شبكة سقوط إمبراطورية الكذب العالمية، من خلال الموقع الالكتروني:
www.albasrah.net/ar.../3aref_200711.htm

ونقل المعلومة الخبرية وحرية التواصل عبر الحدود الوطنية ناهيك عن تطور بنية الإمبراطوريات الإعلامية وتنوع شبكات الإعلام السياسي من وكالات أنباء، صحافة ورقية ، محطات فضائية ، تلفزة محلية ، فضلا عن غرف التواصل والمدونات الاجتماعية. واستطاعت الشركات الاحتكارية الكبرى وقوى رأس المال المالكة لشبكة الإعلام السياسي، الانتقال من توظيف الخبرات العلمية والفنية لشريحة القوى الاجتماعية العاملة في الحقول الإعلامية والفنية إلى صياغة تحالف بين الرأسمال المالي وتلك الشرائح الجديدة التي تحتل المشهد الإعلامي ، وبهذا السياق وضعت الدول والشركات الدولية نتائج الثورة العلمية التكنولوجية والإعلام السياسي الفضائي في مسار أهدافها الإستراتيجية.

المطلب الثاني

دعم السياسات الخارجيّة للدول أو قضاياها على الصّعيد الدولي

بسبب سيادة النزعة الهجومية لحركة رأس المال التوسعية انتقلت لغة الإعلام السياسي من الخطاب الإنساني إلى الخطاب التحريضي والتدخل في النزاعات الوطنية مبتعداً بذلك عن رسالة السلام وأمن الإنسان الاجتماعي والسياسي(١).

عمد الجهاز ألاستخباري للدول الكبرى إلى استغلال الإعلام السياسي الفضائي وتطوير مهامه التنظيمية والتعبوية وصولا إلى خلق حركة اجتماعية مناهضة للأنظمة السياسية المستهدفة ودعمها دولياً، وبهذا المسار انتقل الإعلام السياسي من مرحلة الحيادية والموضوعية إلى مشارك ناشط في النزاعات الاجتماعية الوطنية. شكّل الإعلام السياسي الفضائي قاعدة معلوماتية للمنظمات الدولية فضلا عن تأثيره على سياسة الكثير من الدول وما حمله ذلك من مخاطر إجبار تلك المنظمات

(١)عامر الحسيني، سقوط إمبراطورية الإعلام. ضعف إجراءات الحكومة الاقتصادية الإلكترونية ٠٣ أغسطس ٢٠١١ العدد ٦٥٠٥،
http://www.aleqt.com/2011/08/03/article_565603.html

والهيئات الدولية على اتخاذ قراراتها استنادا إلى التقارير التي ينتجها الإعلام السياسي الفضائي(١).

المطلب الثالث

خلق صور وانطباعات ايجابيّة عن الدولة ومؤسساتها عند المُتلقين في دول أخرى

يتميّز الإعلام السياسي الفضائي بكونه أداة تحريضية دولية ضد الأنظمة السياسية المناهضة لسيطرة رأس المال وتوجهاته الاقتصادية مستنداً في نشاطه السياسي على دراسة واقعية للمشاكل الأساسية التي تواجهها تلك الأنظمة المتمثلة بغياب الديمقراطية السياسية واحتكار السلطة فضلا عن ظهور مشاكل اقتصادية اجتماعية اشترطتها الليبرالية الجديدة ونهجها الاقتصادي المدمر. (٢)

المطلب الرابع

دراسة سياسات الإعلام من دولة لأخرى

يتميّز الإعلام السياسي الفضائي بالأخص منه المحطات الفضائية بكونه إعلاماً عابراً للدول والنظم السياسية وبهذا المعنى يمكن القول إنه إعلام سياسي فوق وطني رغم معالجته لقضايا وطنية في هذا البلد أو ذاك وتتأتى سمة الإعلام السياسي الأممية من ترابط المصالح المالية المتحكمة بمسار السياسة الدولية سواء كانت في المراكز الرأسمالية أم الدول التابعة وما يشترطه ذلك من وحدة الخطاب السياسي في شبكة المحطات الفضائية فضلا عن وحدة برامجها الخبرية التحليلية. تتلازم سمتا التنظيم والتعبئة مع سمة أخرى تتمثل بالتحريض والتوجيه حيث أصبحت شبكات الإعلام السياسي الفضائي محرضا ومعبئا لكل القوى الاجتماعية الساخطة والمناهضة لأنظمتها السياسية ، وبهذا السياق نشير إلى أن شبكة الإعلام السياسي

---

(١)محمد عارف ، مرجع سابق .

(٢)محمد عارف، مرجع سابق .

الفضائي تتمتع بكثرة من المزايا منها وحدة الخبر وصياغته وتعميمه، ومنها حيازتها لإمكانيات وأدوات وأساليب فنية قادرة على فبركة الحدث، تهويله، وتضخيمه وصولا إلى تطويره عبر معالجة سينمائية وصورة تلفزيونية تخدم أهدافاً سياسية(١).

المطلب الخامس

تحقيق نوع من التداخل الحضاريّ للدّولة أو لمجموعة الدّول القائمة

يُحاول الإعلام السياسي الفضائي مدّ لغته السياسية وخطابه التحريضي الصاخب إلى القوى الشعبية المهمشة القابلة للاشتعال والاحتجاج بسبب وضعها الاجتماعي البائس الذي أفرزته التحولات الاقتصادية في البلدان التابعة والأزمة الاقتصادية في البلدان الرأسمالية الكبرى(٢).

المبحث الثالث

أنواع الإعلام السّياسي

الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام كما حددها جانوتس Janowitz على أنها إضفاء صفة الشرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد أفكار ومفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي(٣) أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة بشكل يقدم القضايا والمعلومات والموضوعات السياسية في كل متماسك من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح للحقائق، مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية هذه القضايا فتعبّر بوضوح عن الواقع السياسي وتعكسه بدقة

(١)محمد عارف، المرجع السابق.

(٢)محمد عارف، مرجع سابق .

(٣) Look: W. Lance Bennet, James David Barder (eds.) Public Opinion in American politics, (New York, Harcourt Brace Jovanovich 1980) P P. 3:8.

وتهتم بالتنشئة السياسية والتعبير عن المصالح وتجميع المصالح والدفاع عنها وتحقيق التكامل ين جماعات المجتمع المختلفة. كل ذلك في إطار الوظيفة السياسية.

المطلب الأول

الإعلام السّياسي التضليلي

الإعلام السياسي التضليلي [١]: وتنصبُّ غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائها عن الجمهور المُستقبل، ووسائله هي التلوين والرمز أو التقويم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد، وهذا النوع من الإعلام ليس إعلاما دائما بل هو إعلام مناسباتي تمليه الحاجات والظروف أكثر من كونه منهجا ثابتا في أية سياسة للإعلام الدولي، وغالبا ما تبرز الحاجة إليه أوقات الأزمات السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية[٢].

هذا وقد أكد ماكومبس و ويفير في دراسة قاما بها عام ١٩٧٣ أنه كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجه السياسي، زاد تعرضه للمضمون السياسي لوسائل الإعلام وزادت درجة الاتفاق بين أولويات اهتماماته وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام [٣]. كما أن المواطن في المجتمعات المعاصرة يتعرض اليوم وعلى نطاق واسع ومستمر لفقرات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحملها إليه مختلف قنوات الاتصال

---

(١)ناجي الغزي، مرجع سابق .

(٢)كرم شلبي،معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، ١٩٩٤.

(٣) هو تعريف عن دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية:

Political Socialization in International Encyclopedia of the Social Science, Vol 14, P. 281.

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

الجماهيري. ولا يكاد يمر يوم دون أن تظهر هذه المضايق السياسية في التليفزيون والصحف والمجلات وعلى موجات الإذاعة(١).

فضلاً عن ذلك فإن التصرفات ومظاهر السلوك السياسي ذات طابع اتصالي في الأساس، أو على حد تعبير ريتشارد فاجن فإن كل سلوك سياسي يتضمن نشاطاً اتصالياً من نوع ما(٢). بل بات أمرا يقينيا ومؤكدا أن لوسائل الإعلام قدرات تأثيرية تحمل الأفراد على التصرف في هذا الاتجاه أو ذاك.. إن وسائل الإعلام وبلا مبالغة هي التي تساعد على شخصنه الحياة السياسية.. ففي كل الأزمنة دمغت الشخصيات بطابعها السياسي.. فالشخصية الإعلامية قد تولد عن الدور السياسي لرجل السياسة الذي تلقي عليه وسائل الإعلام الأضواء وتميط اللثام عن شخصيته السياسية.. بل وتضخمها إلى حد تحويلها إلى عامل أساسي في التركيب السياسي، فمثلاً المحادثات قرب الموقد والتي كان يجريها فرانكلين روزفلت، سنة ١٩٣٦ في الولايات المتحدة، وبيار منديس فرانس سنة ١٩٥٤، في فرنسا قد استمع لها قسم كبير من الرأي العام – كذلك كان جون كيندي والجنرال ديجول من الشخصيات المقدسة بالنسبة لوسائل الإعلام لضرورات عملها السياسي وقد نجحت وسائل الإعلام في إبراز وتعظيم شخصيتهما كما أرادت هذه الوسائل.. وهكذا فإن لوسائل الإعلام قدرات عالية في إبراز المجهولين وجعلهم شعبيين معروفين بمجرد إلقاء الأضواء عليهم من خلال التليفزيون أو الصحافة أو الإذاعة(٣).

□

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

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

(٣)شرودر وآخرون، التسويق السياسي ، ترجمة علي مقلد ، ط١ ، (بيروت ، منشورات عويدات ، ١٩٨٣)، ص٤٨-٥١.

المطلب الثاني

الإعلام السّياسي الموضوعي

الإعلام السياسي الموضوعي [١]:وفيه يقوم المُرسِل ببث المعلومات عبر وسائل الإعلام المختلفة عن حدث معين، بحيث يتركّز اهتمامه على إيجاد الحقائق كما هي دون التضليل بالتضخيم أو التحريف أو التشويه، وهناك علاقة تناسبية بين الإعلام الموضوعي وطبيعة الحدث تؤثر بطريقة أو أخرى على إبراز الحقيقة طبقا لرؤية القائم بالاتصال واثر ذلك على مصالحه. [٢]

إن الإعلام أصبح وظيفة سياسية مقنعة بالدرجة الأولى حيث يتولى عملية الإقناع الجماهيري فقد أصبح هناك فرق كبير بين مضامين الرسالة الإعلامية عما كانت عليه قبل عقدين وبين ما هي عليه اليوم. فالمضمون السياسي للمادة الإعلامية المنبثة والمكتوبة في وسائل الإعلام العربية يطغى على ما سواه [٣]. وأصبحت مادة الإعلام السياسي تشكل في وسائل الإعلام من صحافة مكتوبة نسبة عالية جداً، بل إن الهيمنة الحكومية على وسائل الإعلام في البلاد العربية تفسر لنا الطبيعة السياسية للوظيفة الاتصالية لهذه الوسائل[٤].

وجدير بالذكر أن طريقة طرح المجريات والأحداث على الجماهير في صورة حملات سياسية إنما تسهل عملية نشر الإعلام السياسي، وتوصيل الرسالة المعنية من قبل صناع القرار بذكاء إعلامي شديد أحيانا – والذي يجوز أن نطلق عليه في بعض المواقف فرضا إعلاميا ذكيا ومهذبا لأنه يبدو تلقائيا وغير مقصود في ظاهره. وهو الأمر الذي يحمل الفرد على تركيز انتباهه ويجذبه ويثير اهتمامه ويشغل تفكيره،

---

(١)ناجي الغزي، مرجع سابق .

(٢)هربرت، ا، شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، ١٩٩٩.

(٣) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام –دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٧٢.

(٤)محمد مصالحة، الاتصال السياسي، مقترب نظري وتطبيقي، عمان: طبعة أولى عام ١٩٩٦، وطبعة ثانية عام ٢٠٠٣. ، ص ١١٤-١١٥.

فينفعل بالرسالة ويتفاعل معها مما قد يصل به في النهاية إلى درجة من الإقناع أو إلى حد الاقتناع الكامل لموضوع الرسالة الإعلامية الموجهة. وهذه العملية تدرج الفرد على التعود على وسائل الإعلام التي عودته أن تصبّ في تفكيره . وهو الأمر الذي يتحول بالفرد من نمط التعليم الذهني إلى نمط البحث عن الإعلام من خلال وسائل الإعلام(١).

فالإعلام العربي بشكل عام يتّصف بما يلي(٢):

١- التبعية:

فبسقوط الحواجز أمام تكنولوجيا نقل الكلمة والصورة والصوت صارت السيادة الإعلامية للأقوياء وأضحى الإعلام في العالم العربي لا يملك إلا تأثيراً محدودا ضمن حدود معينة ولا يملك من أدوات التأثير خارج أقطاره سوى النزر اليسير، لا بل ساعد ذلك على غزو العالم العربي في عقر داره بإعلام كاسح مستحوذ يرتدي أردية المنطقة والواقعية والجاذبية فعندما يكون مصدر المعلومات والأخبار من وسائل الإعلام الغربية ووكالات إعلامية فإن مجال الانتقاء يصبح محدوداً.

وفي حرب الخليج الثانية بالذات ظهر التوافق والانسجام بين الأقوياء الكبار إلى أبعد الحدود، وتم ذلك بقيادة الولايات المتحدة التي حرصت كدولة قائدة أن تؤمن المظلة الدولية للحرب من خلال قرارات مجلس الأمن وأن تؤمن المظلة العربية من خلال جامعة الدول العربية وقد انضم الإعلام السوفيتي والأوروبي والياباني والعربي المشارك في التحالف بأسلوب "اوركسترالي" إلى الآلة الإعلامية الأمريكية القائدة، ونشط هذا الإعلام بمجموعه في التحضر لتنفيذ "الأجندة السرية" وأصبح الإعلام في الدول العربية ودول العالم الثالث إعلاما متلقيا لا يملك من المعلومات إلا ما طفحت به وسائل الإعلام المتحالفة.

٢- التناقض:

---

(١) عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، ١٩٩٨، ص ٧٤.

(٢)مصطفى محمد زكي الدباغ ، الخداع في حرب الخليج، ط١، دار البشر، عمان، ١٩٩٢، ص ١٨٠.

وذلك على مستوى المضامين الإعلامية ومرد ذلك إلى أسباب كثيرة، منها غياب الإستراتيجية الواحدة وتحديد الثوابت السياسية الواحدة التي تحدد بدورها الصديق من العدو، وتبعية الأنظمة السياسية العربية كل على حدة لأنظمة عالمية تحكمها مصالح مشتركة، لهذه الأسباب وغيرها تقع صحافتنا وإعلامنا العربي في مطب التناقض لأن المواقف سريعا ما تتغير والعدو سريعا ما يصبح صديقا والصديق سريعا ما ينقلب إلى عدو، والإعلام يلهث وراء ذلك لأنه غالبا ما يكون إعلاما حكوميا يفتقر إلى الحرية الحقيقية وإلى ممارسة دوره في تكوين الرأي الحر الحقيقي وتشكيله، وفي نقل الحدث بموضوعية ويتقدم التحليل العلمي المنطقي السليم بغض النظر عمن يرضى عنه أو يغضب عليه، ويساعد على ذلك كله انحسار أجواء الديمقراطية في التعبير، وعليه فإن ضعف المواقف السياسية يؤدي إلى ضعف المواقف الإعلامية فالإعلام العربي هو انعكاس للأوضاع العربية المتردية وحالة التمزق والتفرق، بالإضافة أن غياب المخططات الإستراتيجية العامة – رغم حركة المصالح – يؤدي إلي غياب الخطاب الإعلامي الثابت الرصين وإلى الارتجالية والتجريب والتناقض.

٣- غياب عناصر بناء المصداقية: السرعة، الصدق، الشمولية

وغياب المصداقية يجعل المواطن العربي يقف أمام إعلامه الوطني موقف المشتكي من حيث إنه تنقصه الحقيقة، مما يلجأ إلى البحث عن الحقيقة في مصادر الإعلام الأجنبية فيقع في الشرك ويصبح ضحية لعمليات غسل الدماغ وتيار الدعايات السوداء والإحباط وغيرها.. وهناك العديد من الدراسات التي تؤكد على نتائج الاستفتاءات التي أجريت على مواطنين عرب في أقطار مختلفة وأوقات مختلفة وينتمون إلى ثقافات وأعمار وأجناس وتلجأ إليها المعرفة الحقيقية الفورية والشاملة الكاملة، وان الغالبية منها لا تجد في مصادر إعلامها الوطني ما يشفي غليلها لبلوغ ومعرفة الحقيقة، ولاشك أن ما يساعد على ذلك هو عدم استغلال عناصر بناء المصداقية مثل:

أ. السرعة أو الفورية: حيث يلجأ المواطن العربي إلى معرفة ما يحدث من إذاعات أجنبية كإذاعة لندن ومونت كارلو، وحتى الإذاعات العدو كإذاعة إسرائيل بحجة أنها تذيع الأخبار "فوراً" كما حدث في حرب الخليج الثانية.

ب. الصدق: أو الإيهام بالصدق وإظهار ما يقدم من أخبار أو تحليلات حولها بمظهر الصدق ولتحقيق ذلك ثمة أساليب كثيرة معروفة، منها تقديم مجموعة أخبار صحيحة حتى لو كانت في غير صالح الجهة المرسلة وعلى أثرها مباشرة يتم نقل الأخبار أو المعلومات المطلوب إيصالها إلى المستمعين لإيهامهم بصدقها وصحتها، أو أن يتم إيراد الأخبار أو المعلومات من خلال شخصية تحظى بالثقة لدى المتلقي، وغيرها من الأساليب.

ج. الشمولية: أو نشر كل شيء عن الحدث وهو ما يعرف بقاعدة (التدفق الطبيعي للمعلومات) فالإعلام العربي يحاول باستمرار أن يحدد سير المعلومات وشكل تداولها حسب سياسة النظام ومصالحه مما يدفع بالمواطنين إلى محاولة تلقي هذه المعلومات والأخبار من المصادر الأجنبية التي تبثها فورا وبشكل كامل، ويحدث هذا أيضا بسبب ما يعرف بنظرية (حارس البوابة) وهو المصطلح الإعلامي الذي يشير إلى من يقف ما بين المرسل والمتلقي في عملية الاتصال والذي تم بناء على قراره تمرير الرسالة الإعلامية أو إيقافها أو تشذيبها وإنقاصها، ففي الدول العربية هنالك مغالاة في استخدام هذا الدور، وهنالك وفرة في عدد حراس البوابة مما يعطل أو يؤخر بلوغ الرسالة كاملة وشاملة كما هي بالأصل؛ لأنها تمر بمراحل من التشذيب والتعديل للتوافق مع مصلحة النظام.

المبحث الرابع

مُعوِّقات الإعلام السّياسي في الوطن العربي

ليس غريبا أن تختلط الأوراق وتتداخل الخنادق بين حقلين أساسيين يحركان الواقع بكل عناصر القوة فيه، هما السياسة والإعلام، ولا أريد في هذا المعنى أن أقحم الموضوع في مقارنات تفصيلية بين هذا الحقل أو ذلك، فلكل من الحقلين المذكورين منطلقات، ولكن العلاقة بينهما تظل قائمة، ويتوجب أن تكون موضوعية تقوم على

أساس أيهما يسترشد بالآخر، كما هو الحاصل بين السياسة والإستراتيجية التي تنور الأخيرة والتي هي من دونها يصبح التحرك المخطط له علي هامش دوائر الأحداث التي تنشب في هذا المكان أو ذاك. الإعلام كما السياسة له منطلقات ومحددات فهو يلاحق الأحداث التي قد تأتي من صنع السياسة كما هو حاصل في أكثر من مكان في العالم، كما قد تأتي من خارج نطاق السياسة، ولكن يظل الإعلام يحتفظ بخصوصيته التي تتنور في بعض الجوانب بكنه السياسة، فهو في هذه الحالة لا يفقد مصداقيته وحياده إزاء الحقيقة المطروحة في الخارج بكل مضامينها الواقعية والإنسانية. إنما يضع هذه الحقيقة في إطارها الصحيح دون تضخيم أو تشويه أو تحريف. حيث الذاكرة الصارمة للتاريخ(١).

المطلب الأول

إغلاق الفضاء الإعلامي واحتكاره في الوطن العربي

عمدت الأنظمة وصناع القرار إلى إحكام إغلاق الفضاء الإعلامي واحتكاره من طرف أجهزة حكومية قديمة، أو محدثة للغرض نفسه، أو عن طريق مؤسسات إعلامية منحت تراخيصها لعناصر موالية للنظام. هذا الوضع يجعل عملية نقل الإعلام من قطاع ينقل توجهات وأفكار أتباع النظام إلى المُتلقي لا يتماشى مع الوضع الجديد الناشئ عن الثورات العربية.

باعتباره أداة التأثير الأكثر فعالية في علاقة السلطة بالناس، ظل الإعلام يحتكر جزءا هاما من عناية السلطة السياسية على مرّ العقود الطويلة التي انقضت. فالمشاكل التي يعيشها قطاع الإعلام اليوم في الدول العربية ليست وليدة سنوات الديكتاتورية فحسب، بل هي نتيجة لكامل التصور الذي صاغته السلطة السياسية. وبالفعل فإن

(١) جودت العاني، تحت عنوان ، الإعلام السياسي العربي حبيس لرد الفعل وتسويق بضاعة أعدائه ،على الرابط الإلكتروني :
http://alarabnews.com/alshaab/GIF/18-10-2002/a13.htm

معظم النصوص القانونية والممارسات التي أنتجتها هي مجموعة من النصوص القانونية ذات الطابع الزجري التي احتكرت السلطة بواسطتها الفضاء الإعلامي. كما أن الأنظمة العربية تعتمد بصورة أساسية على الإعلام بشقيه العام والخاص من أجل مهاجمة خصومها ومعارضيها لدى الرأي العام وتقديم صورة مغايرة تماماً للواقع لدى الرأي العام الداخلي والخارجي عن الوضع الاقتصادي والاجتماعي ووضع الحريات، لا يمكن الجزم مطلقا بأن الجزء الأكبر من ذلك الإعلام كان مُكرها على الخضوع لذلك الاستخدام.

المطلب الثاني

الاهتمام في عمليّة توظيف الأحداث اهتماما كميّا وإهمال الجوانب النوعيّة في الوطن العربي

ومن أهم الجوانب النوعية التي يجدر الإشارة إلى أهمية الالتفات إليها ضعف الإطار التشريعي؛ ويتمثل ذلك بافتقاد الكثير من المؤسسات الإعلامية لقوانين أساسية توضح مهام وصلاحيات كل الأطراف المتدخلة في المنتج الإعلامي وتضبط علاقات العمل داخل المؤسسات، أما إذا ما وجدت هذه النصوص فإنها غالبا ما تؤدي في تطبيقها إلى الحد من حرية الصحفي وتجعله خاضعا لرؤسائه خضوعا يمنعه من أداء واجباته المهنية بالشكل الذي يُمكّنه من تقديم منتج إعلامي حقيقي(١).حيث لم يتم إلى حد الآن إنجاز شيء ملموس يحرر العمل الإعلامي من هذه العوائق الهيكلية.

إن استمرار الفراغ القانوني جعل شرعية الإعلام المكتوب ضعيفة وشجع الحكومات على عدم تفعيل القوانين الناظمة لها.

ضعف الأدوات وضعف الأساليب للإعلام السياسي العربي.

أ. ضعف الوسائل والأدوات: إن من يمتلك الإعلام بوسائله وأدواته يمتلك الحقيقة لأنه سيفرض الحقيقة التي يريدها على ارض الواقع وسوف يصدقه أو يجبر على تصديقه الجميع عندما لا يستطيع عجز الآخرين دحض أكاذيبه وإقرار أو فرض

(١) منشورات مركز الجزيرة للدراسات، مرجع سابق .

حقائقه هو لضعف إعلامه، كما أن الإعلام السياسي في النظام الدولي الجديد بكل ما تجمع لديه من وسائل الانتشار السريع كالأقمار الصناعية والهوائيات المحمولة المتنقلة صار اخطر من احدث أسلحة القتال بما فيها أسلحة الدمار الشامل حتى إن الحملة الإعلامية الدولية الغربية تمكنت من ممارسة ضغوطها على مجلس الأمن الدولي مثلاً لاستصدار قرار شن حرب الخليج الثانية حتى تكونت حرب الشرعية الدولية(١).

لقد كان ضعف الإعلام العربي انعكاسا لضعف الأنظمة وضعف السياسات والمواقف وضعف القدرة على التنسيق المشترك، إذ لا توجد حتى وكالة أنباء صحفية عربية مستقلة موحدة، تعتمد احدث وسائل الاتصال العصري كالأقمار الصناعية، كما لا يوجد شبكات تلفزيون عربية عالمية مثلا قادرة على إيصال برامجها إلى العالم بلغة يفهمها، ولا يوجد حتى مركز معلومات أو مركز دراسات وأبحاث استراتيجي موحد قادر على رفد المراكز الإعلامية فورا بكل ما تحتاجه لعملها.

ب. ضعف الأسلوب: من صفات الإعلام العربي ضعف الأسلوب، فالأسلوب الإعلامي ينطوي على مجموعة من العيوب منها:

(١) الخطاب العاطفي اللاعقلاني: فهو خطاب يعتمد على العاطفة الجامحة وينزلق في مزالق اللاعقلانية، والعاطفة جانب يغفل جوانب أخرى معه لتمرير الرسالة الإعلامية والاقتناع بها عندما تكون الأخبار ذات هدف في تكوين الرأي وبناء الاتجاهات.

(٢) ويتبع هذا ما ينجرّ إليه الإعلام عندما يعتمد الخطاب العاطفي من أسلوب خطابي ونبرة حماسية، تجر بدورها إلى منزلق آخر هو المبالغة والتهويل والتضليل، ولا شك أن الخطاب الإعلامي يكون عاطفيا لا عقلانيا، وعندما يكون خطابيا حماسيا يتسم بالمبالغة والتهويل فإنه مرة أخرى سوف ينزلق إلى منزلقات التبجح والادعاء والكذب ويظهر لديه عندئذ عيوب الإعلام المتخلف الذي يصبح أبعد ما يكون عن الإقناع .

---

(١)مجلة الدفاع العربي، عدد حزيران، ١٩٩١.

(٣) اعتماد الكلمة مقابل الصورة، فقد أثبتت حرب الخليج الثانية أن الصورة كان لها الأثر الأكبر في تشكيل الرأي العام واتجاهاته، وقد كان التنافس المحسوم منذ البداية بين الإعلام العربي والإعلام الغربي ليس فقط في سيطرة الإعلام وامتلاكه للوسائل والأدوات المتطورة فحسب وإنما ظهر هذا التنافس بين الأسلوب التقليدي في اعتماد الكلمة لنقل الرسالة الإعلامية مقابل الأسلوب الحديث في اعتماد الصورة المتحركة بشكل خاص، وكما ذكرنا آنفا فقد كانت حرب الخليج أول حرب على مدى الأربع والعشرين ساعة يوميا تعتمد الصورة المتحركة الناطقة وليس الكلمة المسموعة أو المكتوبة وحدها.

(٥) اعتماد الجاذبية البسيطة والوضوح في الأسلوب كعناصر تساعد في تقبل الرسالة الإعلامية وفي عملية الجذب والاستحواذ، هذا الاعتماد كان في الإعلام العربي ضعيفا وقاصرا أحيانا.

(٦) ضعف الكفاءات وتدنيها وعدم الاختصاص بالنسبة للعاملين في الحقل الإعلامي.

(٧) تعميم أساليب نفسية تدفع إلى تبني أنماط سلوك خاطئة مثل أسلوب التبرير وأسلوب التحويل، فيسرع الإعلام العربي عادة إلى تلقف ما يساعده على تبرير "الهزيمة العسكرية" مثلا بعدم وجود (الغطاء الجوي): أين ذهبتم بالطيران (مصر ١٩٦٧)، أو تبرير نواحي الضعف وعدم التطور بسبب (مؤامرات وتخطيط الغرب) وكذلك استخدام أسلوب التحويل فالتخلف الاقتصادي سببه (الاستعمار) مثلا وهذا بدوره سيعمل على تحويل نقمة الجماهير الحقيقية عن المسبب الحقيقي (قصور المسؤولين) وتعليق أخطائهم على شماعات الآخرين أو العكس بخلق المبررات لتحويل نقمة الجماهير عن العدو الحقيقي (أمريكا والصهاينة) مثلا وتحميلها على نطاق القادة المخلصين الشرفاء.

المطلب الثالث

وجود بعض المحاذير في تناول بعض الموضوعات السياسيّة في الوطن العربي

بالرغم من محاولة عدد من الإعلاميين تطهير الإعلام من العناصر التي أساءت إليه وإلى الرسالة الإعلامية على حد سواء، فإن هذه الجهود لم تصل إلى نتائج حاسمة في الوطن العربي، وذلك بسبب التخوف من أن السلطة لا تستهدف القضاء على الفساد داخل الإعلام بقدر استهدافها السيطرة عليه بذريعة مقاومة الفساد. أنتج ذلك عملية انطواء على الذات ودفاعا عن الإعلام كقطاع متجانس ومتكتل ضد السلطة، مما أدى إلى تعميق أزمة هذا القطاع من ناحية ولكن أيضاً إلى حماية الصحفيين من تدخلات السلطة وتوجيهها لمضامينه بدعوى الشرعية الديمقراطية. لكن المشكلة التي يلاحظها المهتمون بأداء الإعلام السياسي تبقى دون شك تُحوّله من إعلام مساند للسلطة الديكتاتورية إلى إعلام معارض للسلطات الجديدة الناشئة عن الثورات الشعبية مثلاً، مع صعوبة واضحة في الاستقرار عند أداء مهني غير منحاز سياسيا.

ومن الملاحظ أن متابع الإعلام السياسي العربي يجد أن هناك تجاذبا من نزعتين للسيطرة على الإعلاميين الأولى تمثلها جهات تنادي بإصلاح الإعلام، نقابات وهيئات معنية بالدفاع عن مصالح أعضائها أي الإعلاميين، بغض النظر عن مضمون إنتاجهم الإعلامي. يتأتى من ذلك معارضة من طرف قطاع من المتدخلين في القطاع الإعلامي بسبب توجهه السياسي على اختلافه وحصانة قانونية شبه كاملة مما يثير الكثير من التخوفات من دورها المستقبلي داخل الإعلاميين أنفسهم(١).

وبالرغم من أن المعارضة لا تجد المساحة الحرة لبسط أفكارها وطرح توجهاتها إلا أنها وجدت نفسها مجبرة في خضم الصراع السياسي مع أحزاب الحكم على تقديم المساندة المطلقة للإعلاميين في صراعهم ضد الحكومات. يؤسس هذا السلوك بالرغم من طابع المزايدة الغالب عليه لتوازن سيجعل محاولة أي سلطة السيطرة على القطاع الإعلامي

(١) منشورات مركز الجزيرة للدراسات، مرجع سابق .

في المستقبل أمرا بالغ الصعوبة. غير أن استعمال هذه المساندة لأهداف انتخابية أمر مقلق بالنسبة لبقية المنافسين السياسيين ويزيد في توتير الوضع وفي ربط الإعلام بالسياسة، ما يعطي لتخوفات الأحزاب الحاكمة مزيدا من التبريرات في اتهام الإعلام بتغليب الولاءات السياسية على الأداء المهني(١)

المطلب الرابع

التحدّي الإلكتروني وظهور مؤسّسة الفرد الإعلاميّة في الوطن العربي

نما عدد مستخدمي الإنترنت في العالم نموا كبيرا خلال عام ٢٠١٢م، فقد تضاعف عدد المستخدمين بنسبة ٥٦٦٪ مقارنة بما كان عليه في ديسمبر (كانون الأول) ٢٠١٠م، فبلغ ٢,٤ مليار مستخدم تقريبا في يونيو (حزيران) ٢٠١٢م. وعلى المستوى العربي، تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت ٧٢ مليون مستخدم في عام ٢٠١٢م، مقارنة بـ٧٠ مليون مستخدم في العام السابق. فقد وصل عدد مستخدمي «فيس بوك» في العالم العربي إلى ٤٥,٢ مليون مستخدم في يونيو ٢٠١٢م بزيادة قدرها ٥٠٪ عن عام ٢٠١١، ويأتي نحو ٥٠٪ من مستخدمي «فيس بوك» من مصر ودول مجلس التعاون الخليجي(٢). وتكشف دراسة أخرى أن السوق السعودية الأسرع نموا في مجال الإعلام الرقمي في عام ٢٠١٢م، حيث بلغ عدد مستخدمي «فيس بوك» النشطين ٦ ملايين؛ وبلغ عدد المستخدمين النشطين لـ«تويتر» ٣ ملايين مستخدم يرسلون ٥٠ مليون تغريده في الشهر. كما شهدت المنطقة انغماس المواطن العربي، بشكل غير مسبوق، في النقاشات السياسية في وسائل الإعلام الجديدة. كما أن مناقشة القضايا السياسية تأتي على رأس اهتمامات ٦٤,٥٪ من مستخدمي الإعلام الاجتماعي في تلك الدول؛ مما يثير التساؤل عن التأثيرات السياسية للإعلام الجديد. ورغم الاستخدام الخلاق للإعلام الرقمي من قبل الناشطين، فإنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين بشأن طبيعة

(١) منشورات مركز الجزيرة للدراسات، مرجع سابق .

(٢)حسب الإصدار الرابع من تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، لعام ٢٠١٢

تأثيراته السياسية. فتذهب طائفة من الباحثين إلى القول إن الإعلام الجديد لا يستطيع إحداث تغيير سياسي سواء في الحكومات أو أنظمة الحكم، وهم يشككون في فاعلية الإعلام الاجتماعي بوصفه وسيلة فعالة للتغيير السياسي، لأنه لا يخلق أكثر من «روابط ضعيفة بين المستخدمين» ؛ والروابط الضعيفة نادرا ما تقود إلى نشاط عالي المخاطر؛ ناهيك بأن التاريخ الحديث يُظهر أن الثورات سابقة للإعلام الاجتماعي(١).

بيد أن طائفة أخرى من الباحثين ممن يطلق عليهم «متفائلون التكنولوجيا» احتجّ بأن الإعلام الاجتماعي قادر على إحداث التغيير السياسي ومواجهة الرقابة الحكومية. ويعتقد أصحاب هذه الرؤية أن الثورة في إيران التي أعقبت الانتخابات الرئاسية في يونيو ٢٠٠٩م مثلت أول نقطة تحول تاريخية أثبتت قدرة التكنولوجيا الحديثة على مواجهة الرقابة الحكومية. فقد أدى «تويتر» - وفقا لهذه الرؤية - دورا رئيسا في احتجاجات إيران، مما حدا بالبعض إلى الترويج لمصطلح «ثورة (تويتر)» الذي سكه الباحث البيلاروسي في مجال تأثيرات التقنية الرقمية Evgeny Morozov بعد ثورة مولدوفيا ٢٠٠٩م. وقد انعكست تلك الرؤية المتفائلة للتأثير السياسي للإعلام الجديد على مقاربة السياسة الخارجية الأميركية لقضية حرية الإنترنت؛ ففي ٢١ يناير ٢٠١٠ أعلنت وزيرة الخارجية الأميركية هيلاري كلينتون رفع حرية الإنترنت إلى مستوى محوري في صلب السياسة الخارجية للإدارة الأميركية. وقبل ذلك أعلنت الوزيرة كلينتون مبادرة «المجتمع المدني ٢,٠» التي تهدف إلى مساعدة المنظمات الشعبية في الخارج على استخدام وسائل الإعلام الجديد .

□

(١) حسب دراسة حديثة أصدرها مركز «بيو» للأبحاث (٢٠١٢) شملت ٢٢ دولة منها أربع دول عربية (مصر وتونس والأردن ولبنان).

المطلب الخامس

التكنولوجيا والموارد الماليّة و الاختيار السّياسي الحرّ في الوطن العربي

التكنولوجيا والموارد المالية جعلت الإعلام السياسي المكتوب بيد أشخاص مما أعاق الاختيار السياسي الحر في الوطن العربي، حيث تقوم الحكومات بتسهيل منح التراخيص لإصدار المطبوعات الدورية الموالية لها والمتحدثة باسمها، وكمثال على ذلك بلغ عدد الدوريات في تونس بعد الثورة حسب آخر الاستطلاعات حوالي الثلاثمائة دورية في عملية أطلق عليها البعض تسمية "الانفلات الإعلامي". وبالرغم من أن هذا المسار طبيعي في فترة ما بعد الثورات إلا أنه لم يؤد في الغالب إلى تحسين المنتج الإعلامي بل أدى عكس ذلك تماماً إلى انحدار هذا المنتج. وإن من أهم الأدلة على ذلك هي سيطرة عدد من رجال الأعمال المرتبطين بالنظام السابق على قطاع الصحافة المكتوبة، حيث يسيطر رجلا أعمال كانا من بين أقوى المساندين للنظام السابق، وبمفردهما، على حوالي العشرين عنوانا مختصة بالكامل في منافسيهم والقوى الجديدة التي فازت في المنافسة الديمقراطية في تونس(١).

إلا أنه يؤخذ على هذه الرؤية المتفائلة أنها لا تفسر لنا فشل الاحتجاجات في بعض الدول. فواقع الحال أنه ليس كل حركة سياسية استخدمت وسائل الإعلام الاجتماعية نجحت في تحقيق أهدافها. فرغم استخدام «الحركة الخضراء» بعد الانتخابات الرئاسية الإيرانية في صيف ٢٠٠٩م الإعلام الاجتماعي، و«توتير» على وجه الخصوص، بفاعلية في التعبئة والتنسيق للاحتجاجات على التلاعب في نتائج الانتخابات الرئاسية، فإنهم فشلوا في نهاية المطاف في إحداث التغيير المنشود بسبب تعطيل الحكومة للإنترنت، والقمع الشديد الذي واجهتهم بها الحكومة. كما فشلت الاحتجاجات التي نظمها المعارضون في بيلاروسيا بواسطة البريد الإلكتروني في مارس (آذار) ٢٠٠٦م ضد قيام الرئيس ألكسندر لوكاشينكو بتزوير الانتخابات الرئاسية. وفي

(١) منشورات مركز الجزيرة للدراسات، مرجع سابق .

ليبيا القذافي ما كان للاحتجاجات أن تنجح في إحداث التغيير من دون تدخل الناتو. وفي مستوى أدنى من التحليل، تذهب مجموعة من الباحثين في مجال الاتصال الرقمي السياسي إلى أن السنوات العشر الماضية شهدت تغيرا تحوليا في سمات الاتصال السياسي في المحيط السياسي المغلق، فقد أدت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إلى تحول جوهري في العلاقة بين الدولة والرأي العام. حيث أضعف الإعلام الرقمي قدرة الدولة في المجتمعات المغلقة سياسيا على تحديد أجندة الرأي العام، وتأطير تلك الأجندة في سياق معين. فقد شهد ميزان القوى بين الإعلام التقليدي الحكومي والإعلام الرقمي في مجال تحديد التفضيل السياسي للمواطنين وتقديم المعلومات التفسيرية لهذا التفضيل تغيرا ملحوظا لمصلحة الإعلام الرقمي. فرغم لجوء كثير من الدول في المجتمعات المغلقة سياسيا إلى تقييد الإعلام الرقمي عبر استخدام أدوات قانونية وتقنية مقيدة، فإنه حرر الخطاب العام، وقلل تكلفة وصول المواطن للمعلومات السياسية وتبادلها مع الآخرين عبر خلق منصات مفتوحة مثل «توتير» و«يوتيوب» للتعبير عن آرائه ومواقفه في قضايا الشأن العام، مما أضعف قدرة الدول على التحكم في تدفق المعلومات للرأي العام. الأمر الذي أدى بدوره إلى تآكل قدرة الدولة على صياغة الخطاب العام، خاصة بين «مواطني النت» الذين يطالبون بمزيد من الشفافية والمساءلة و«يختارون» المعلومات السياسية التي «يتعرضون» لها من الإنترنت ويتجنبون وسائل الإعلام التقليدية الحكومية، وتبدو أهمية هذا الواقع الجديد المتمثل في قدرة الاتصال الرقمي على التأثير في أجندة الرأي العام أكثر وضوحا في ضوء النمو في أعداد مستخدمي الإعلام الاجتماعي. لذا حينما شهدت الصين على سبيل المثال في أواخر عام ٢٠٠٢م وأوائل ٢٠٠٣م ظهور وانتشار فيروس الالتهاب الرئوي الحاد المعروف بـ «سارس» الذي حرصت الحكومة الصينية على إبقائه طي الكتمان عن الرأي العام الصيني خوفا من حدوث هلع شعبي، استطاع الإعلام الرقمي، رغم التعتيم الإعلامي الحكومي على المرض، أن يضعه على رأس أولويات المواطن الصيني، مما أجبر السلطات الصحية في الصين على الكشف عن ظهور المرض، والاعتراف بخطورة الوضع، ومحاسبة المقصرين من المسئولين. كما شهدت الصين أيضا في عام

٢٠٠٩م تضاعف عدد الأحداث الأكثر زيارة ٦٠٠٪ بين عامي ٢٠٠٩ - ٢٠٠٣م؛ فبلغ عدد الأحداث التي زارها أكثر من مليون زائر ١٢ حادثة في عام ٢٠٠٩م مقارنة بحادثتين فقط في عام ٢٠٠٣م (١).

ومن اجل تكريس الإعلام السياسي وإذعانه، كان لابد من خطة إعلامية محكمة تقوم بتنفيذها أجهزة متخصصة وقادرة في الوقت ذاته على أداء مهمتها كشكل ناجح من أشكال الحرب النفسية، ومن العناصر البارزة في تلك الخطة أن أكثر من ألفي صحفي في الحرب على العراق على سبيل المثال أرسلوا إلى منطقة الخليج ومنهم ستمائة دمجوا في الجيشين الأمريكي والبريطاني لمرافقة الجنود وتغطية العمليات، عمليات كان يفترض بها تصوير الابتهاج الشعبي، وكانت المقاومة نوعا من المفاجأة المزعجة التي تم تمريرها تحت أسماء الأخطاء والأعطال الفنية والنيران الصديقة وما إلى ذلك، بدأت الصحف تكتب ونشرات الأخبار تشير، بين الفينة والفينة إلى قيام قوات التحالف بمنع الصحفيين من الاقتراب من هذا المكان أو ذلك لأسباب أمنية وسواء كانت الأسباب الأمنية هي التي أدت إلى مقتل عدد من الصحفيين البريطانيين والأمريكيين، أو إن مقتلهم قد جاء نتيجة لأسباب أخرى، فإن من الواضح إن السياسة الإعلامية المعتمدة من قبل الحلفاء، والتي تم بموجبها دعم ميزانيات كبريات الصحف بمليارات الدولارات، قد بدأت بالتغير بشكل مواز للتغير في السياسة العسكرية التي أثبتت فشلها في تحقيق الأهداف التي كانت قد أكدت امتلاكها القدرة على تحقيقها.

واغلب الظن إذا ما أعيد قصف التلفزيون العراقي بعد عودته إلى البث اثر قصفه، وإذا ما عجزت الصحافة المحايدة عن الوصول إلى ارض العمليات، إن التغطية الصحفية لتطورات الحملة العسكرية على العراق ستعود لتأخذ شكلا مشابهاً لما كان عليه الأمر في حرب الخليج الثانية، تقارير مقتضبة من مراكز القيادة، وصور مستقاة ومفبركة لتأخذ الشكل المتناسب مع أغراض الدعاية، وهذا يعني ان الحرب التي

(١)تحت عنوان، التأثيرات السياسية للإعلام الجديد، من خلال الموقع الالكتروني: http://www.aawsat.com/

تجري على الأرض ستنقل بأشكال مختلفة إلى الشاشات وصفحات الجرائد والمطبوعات التي ستخلو من كثير من مشاهد القتل والدمار لتستبدلها بصور الأسرى وتقديم المساعدات الإنسانية وإجراء المقابلات مع الخبراء العسكريين ولعل الصيحة التي أحاطت بنشر التلفزيون العراقي لصور الأسرى والقتلى الأمريكيين تتنبأ بما سيكون عليه حال الإعلام الأمريكي والمؤيد لأمريكا من اعتماد التعتيم والتسوية والتسميم الإعلامي كوسائل وحيدة لنقل أخبار الحرب، فبعد وصف المسئولين الأمريكيين لنشر الصور بالتصور الرهيب والهمجي المخالف لاتفاقية جنيف، امتنعت من نشر هذه الصور جميع الصحف البريطانية والأمريكية باستثناء واشنطن تايمز التي نشرتها على الصفحة الأولى وقناة "سي بي اس" التي نشرتها وتعرضت جراء ذلك إلى الاتهام بخيانة الوطن من قبل وسائل الإعلام الأخرى(١).

نماذج التعتيم الكثيرة تم مؤخراً رصد بعضها في الصحافة الأوروبية المؤيدة للحرب الأمريكية على العراق، ففي اسبانيا قامت جميع القنوات التلفزيونية الخاصة بتغطية تظاهرات الخامس عشر من فبراير في حين امتنعت عن ذلك جميع القنوات الرسمية، ما تسب باندلاع تظاهرات أخرى ورفعت فيها لافتات كتب عليها "التلفزيون اللاإعلام"، وفي ايطاليا لم تستقبل قنوات التلفزة تصريحا أدلت به فيرونيكا لاريو، زوجة سيلفيو برلسكوني، وقالت فيه إن رافضي الحرب "يوقظون الضمير من سباته ويستحقون الاحترام"، ولم ينشر ذلك التصريح إلا في الصحافة المكتوبة.

ويأتي توقع تغيير السياسة الإعلامية مرتبطا بما لا يحصى من الارتباكات والتناقضات في النهج الإعلامي الذي لا يزال سائدا حتى الآن، فمع الاعتراف بالمقاومة العراقية وبالمعارك الضارية وبالخسائر المادية والبشرية، لا يزال وهم التفوق الكاسح مسيطرا على أذهان المسئولين الأمريكيين والبريطانيين الذي ينسبون قسما كبيرا

---

(١) الإبعاد الإعلامية المؤثرة والمغيرة للرأي العام العالمي، موقع شبكة النبأ المعلوماتية، الأحد ١٩/١/٢٠٠٣م، نقلاً عن الرابط التالي: http://www.annabaa.org/index.htm

من الانتكاسات إلى عوامل الصدفة والأخطاء الفنية (رغم تفوق التكنولوجيا العسكرية) وغير ذلك من العوامل غير الأصلية(١).

المطلب السادس

الكفاءات الإعلاميّة في مجال الإعلام السّياسي في الوطن العربي

ضعف التكوين الذي يتلقاه طلبة الإعلام في البلاد العربية وكون مؤسسات تعليم الإعلام في الوطن العربي تخضع باستمرار لسيطرة السلطة الحاكمة ولتوجيهاتها السياسية ومنجما استمدت منه الحكومات المتعاقبة المدافعين عن سياساتها والمروجين لكل التضليل الإعلامي الذي سمح لها بالتحكم في الرأي العام إلى حدود اندلاع الثورة. وقد تكون مؤسسة تعليم الإعلام مؤسسة تقنية مبتعدة عن تكوين الصحفيين بالمفهوم الشامل للتكوين حيث غابت تماماً الدورات المتخصصة في صحافة القرب وفي الإعلام الموجه للعموم(٢).

عبر عقود مضت كان المفهوم الأساسي لأنظمة الحكم هو التصدي للخطر الذي كان يمثله في تصورهم الإسلاميون الذين برزوا كأكبر قوة سياسية تهدد في الأنظمة الحاكمة. كما أوضحت السيطرة الكبيرة للإسلاميين على الواقع السياسي وقدرتهم على الظهور لدى الرأي العام في بعض الدول العربية التي قامت فيها ثورات شعبية كطرف جدير بالثقة في قدرته على استيعاب وتحقيق تطلعات قسم كبير منه، فإنها أوضحت أيضاً الصعوبات الكبيرة التي تعترضهم في السيطرة على النخبة والحضور فيها بما في ذلك القطاع الإعلامي. بل إن موازين القوى في القطاع الإعلامي تعطي غلبة واضحة للأطراف المنهزمة في الانتخابات حيث إن الساحة الإعلامية لا تزال إلى حد اليوم مسيطر عليها من قبل أنصار الأنظمة السابقة ومن اليساريين. هذه هي المعضلة الرئيسية التي تمنع اليوم من حصول تجانس بين الواقع السياسي

---

(١) الصراع الإعلامي في عالم الأثير... انطلاق فضائيات جديدة، شبكة النبأ المعلوماتية، الأحد ٢٠٠٣/٥/١٨م، نقلا عن الرابط التالي: http://www.annabaa.org/nbabws/21/02.htm.

(٢) منشورات مركز الجزيرة للدراسات، مرجع سابق .

والاجتماعي وما يصوره الإعلام حول هذا الواقع، وهذا هو أحد أهم العناصر التي تجعل من صراع السيطرة على القطاع الإعلامي يختزل كل الصراع بين النظام الجديد والنظام القديم بشقيه السياسي والفكري. يمكن القول بوجود طرف ثالث في هذه المعادلة ويتكون من المهنيين الذين عارضوا سيطرة الأنظمة السابقة على القطاع الإعلامي والذين يخشون من أن يكون فوز الإسلاميين بالسلطة، وإن تم عبر الانتخابات، مقدمة لإعادة السيطرة على القطاع الإعلامي، فتفوت بذلك الفرصة مجددا على الإعلام لكي يتحرر. في نظر هؤلاء، لا ينبغي للإعلام أن يعكس التوازنات على الساحة السياسية بما في ذلك التوازنات التي أنتجتها الانتخابات وإلا فإن ذلك سيُستخدم كذريعة لإعادة سيطرة السلطة على هذا القطاع. من هنا ،لابد من تطوير تكوين الصحفيين وتطوير آلية اختيار رؤساء التحرير بالنظر إلى كفاءتهم المهنية وليس بالضرورة باعتماد الانتخاب.

بالإضافة إلى الهيئات الوطنية التي نشأت بهدف إصلاح الإعلام بعد الثورات، نجد انه برغم سعي هذا الهيكل لتصويب بعض الممارسات الصحفية فإنه يبدو خاضعا لتمثيل الصحفيين أو التيار الغالب داخلهم، ما يعني من البداية ضعف قدرته على التحرر من الضغوطات الانتخابية والعجز عن إتباع سلوك متوازن إزاء معضلات القطاع. لا تخفي النقابات أنها جزء من معادلة الصراع على الإعلام بعد الثورات لكن النضال من أجل استقلالية العمل الصحفي غالبا ما يختلط بطابع المعاداة الأيديولوجية للأحزاب الحاكمة، وهو ما أدى إلى محاولة إنشاء نقابات جديدة للصحفيين نجد وراءها بعض المتعاطفين أو المنتمين للتيار الإسلامي، غير أنها لا تزال في بداياتها، ولا شيء يشير لتحولها قريبا إلى رقم مهم في المعادلة الإعلامية(١).

(١)من المهم الإشارة إلى أن نقابة الصحفيين التونسيين شكّلت إلى حد الآن غطاء لكل محاولات محاربة الفساد في القطاع بدافع حماية مصالح المنخرطين فيها، ولا يزال الرأي العام ينتظر أن تقدم قائمة الصحفيين الفاسدين التي وعدت بتقديمها منذ قرابة العام، بل إنها ألقت بالكرة الى السلطات وإلى وزارة الداخلية تحديدا بالرغم من سهولة إنجاز هذه القائمة ومعرفة الرأي العام

ولا بد من الإشارة هنا إلى عدم اعتماد معظم المؤسسات الإعلامية على صحفيين محترفين حيث يفضل أصحاب هذه المؤسسات التعويل على خدمات هواة في العمل الصحفي أو في أفضل الحالات التعويل على التشغيل الهش، ما يجعل الصحفي خاضعا لتوجهات صاحب المؤسسة الإعلامية الذي يحدد بنفسه مواصفات المنتج الإعلامي.

المراجع:

١- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات،القاهرة، ٢٠٠٤

٢- لطفي حاتم، الاحتلال الأمريكي للعراق وانهيار الدولة العراقية، إصدار جمعية مالمو، تموز، ٢٠٠٧.

٣- انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة

٤- سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ١٩٨٤.

٥- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، ١٩٩٤.

٦- شرودر وآخرون، التسويق السياسي ، ترجمة علي مقلد ، ط١ ، (بيروت ، منشورات عويدات ، ١٩٨٣).

٧- هربرت،ا، شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، ١٩٩٩.

٨- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام – دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤.

٩- محمد مصالحة ،الاتصال السياسي، مقترب نظري وتطبيقي، عمان: طبعة أولى عام ١٩٩٦، وطبعة ثانية عام ٢٠٠٣.

١٠- عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال ، ١٩٩٨.

بأسماء كل الصحفيين الذين دعَّموا الديكتاتورية وكانوا يتلقون أموالا من خزينة الدولة لقاء تلك الخدمات.

١١- مصطفى محمد زكي الدباغ ، الخداع في حرب الخليج، ط١، دار البشر، عمان، ١٩٩٢.

مراجع باللغة الإنجليزية :

1- W. Lance Bennett، James Barbere، Public opinion in American politics، New York: Harcourt; 1980

2- Political Socialization in International Encyclopaedia of the Social Science، Vol 14.

3- D. H Waver, D. A. Graber and M. E Mccombs, Agenda – Settinging – Debates (Bloomington: Indiana university press – 1976

4- Sinady Krus & Dennis Davis, Op. Cit

5- Richard R. Fagen, Politics and Communication, op. Cit.

المواقع الإلكترونية عبر الإنترنت والجرائد والندوات :

١- من خلال الموقع الالكتروني:

AP News at ABC Inc., WABC-TV/DT New York News ، website

تحت عنوان: article Iraq to Reopen Embassy in Kuwait published September 04, 2005

٢- من خلال الموقع الإلكتروني:

http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/gulf/cron/، تحت عنوان: 2007-03-.PDF. Public Broadcasting Service Retrieved .20

أنظر كذلك: من خلال الموقع الإلكتروني: CNN, 16 January 2001

٣- جريدة "عكاظ" السعودية، تحت عنوان: الإعلام السياسي في الدولة القطرية، من خلال الموقع الإلكتروني:

http://www.alarabiya.net/views/2010/03/17/103272.html

٤- أميرة عبد الله الجاف، دراسة نظرية في مفهوم الإعلام السياسي، من خلال الموقع الإلكتروني: http://kawanakurd.com

٥- ناجي الغزي، دور الإعلام في الاتصال السياسي وأثره على الجمهور، الحوار المتمدن-العدد: ٢٥٢٤ - ٢٠٠٩/١/١٢م.

من خلال الموقع الإلكتروني:
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=159303

٦- ندوة ألقيت في مهرجان الجنادرية، تحت عنوان: الجنادرية تفتح ملف الإعلام السياسي .. وقضايا الجيل، الأربعاء ٠١ ربيع الثاني ١٤٣١هـ - ١٧ مارس ٢٠١٠م

٧- منشورات مركز الجزيرة للدراسات، تحت عنوان، تونس: معركة سياسية بأدوات إعلامية، الأحد ٠٦ مايو ٢٠١٢، مكة المكرمة، من خلال الموقع الالكتروني:
http://studies.aljazeera.net/positionestimate/2012/05/20125
6144046792645.htm

٨- عامر الحسيني سقوط إمبراطورية الإعلام. ضعف إجراءات الحكومة الاقتصادية الإلكترونية ٠٣ أغسطس ٢٠١١ العدد ٦٥٠٥،
http://www.aleqt.com/2011/08/03/article_565603.html

٩- محمد عارف،تحت عنوان "شبكة سقوط إمبراطورية الكذب العالمية" من خلال الموقع الالكتروني: www.albasrah.net/ar.../3aref_200711.htm

١٠- جودت العاني، تحت عنوان الإعلام السياسي العربي حبيس لرد الفعل وتسويق بضاعة أعدائه،:-http://alarabnews.com/alshaab/GIF/18-10
2002/a13.htm

١١- مجلة الدفاع العربي، عدد حزيران، ١٩٩١.

١٢- تحت عنوان، التأثيرات السياسية للإعلام الجديد، من خلال الموقع الالكتروني:
http://www.aawsat.com/

١٣- الصراع الإعلامي في عالم الأثير... انطلاق فضائيات جديدة، شبكة النبأ المعلوماتية، الأحد ٢٠٠٣/٥/١٨م، نقلا عن الرابط التالي:
http://www.annabaa.org/nbabws/21/02.htm

١٤- الأبعاد الإعلامية المؤثرة والمغيرة للرأي العام العالمي، موقع شبكة النبأ المعلوماتية، الأحد ٢٠٠٣/١/١٩م، نقلاً عن الرابط التالي:
http://www.annabaa.org/index.htm

١٥- الإصدار الرابع من تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، لعام ٢٠١٢.

١٦- حسب دراسة حديثة أصدرها مركز «بيو» للأبحاث (٢٠١٢) شملت ٢٢ دولة منها أربع دول عربية (مصر وتونس والأردن ولبنان).

□