

العنوان:	وسائل الإعلام والثقافة السياسية
المصدر:	مجلة التربية
الناشر:	اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم
المؤلف الرئيسي:	شرف، عبدالعزيز محمد
المجلد/العدد:	س 20, ع 98
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	1991
الشهر:	سبتمبر
الصفحات:	258 - 270
رقم MD:	20727
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	وسائل الاعلام، فلسفة السياسية ، السياسة ، الثقافة ، السلوك السياسي ، القيم السياسية، التنشئة السياسية ، السلطة السياسية ، الأحزاب ، المشاركة السياسية ، الأحوال الاجتماعية ، فلسفة الإعلام، الأحوال السياسية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/20727



وسائل الإعلام والثقافة السياسية

بقلم الدكتور/ عبد العزيز شرف

الثقافة السياسية - كمصطلح - جانبيين أساسيين هما :
الاتجاهات والأفكار السياسية ، من جهة .. والسلوك السياسي من جانب
المواطنين أو القيادات من جهة أخرى : فأول ما تشتمل عليه الثقافة
السياسية إذن ، هو القيم ، التي تعد بدورها جزءاً من الأخلاق
والفلسفة السياسية وعلم الجمال ، ولقد حاولت المذاهب الفلسفية على اختلافها أن تجيب
بشكل أو بآخر على أسئلة ومشكلات فلسفية ترتبط بالقيم ، ولكن الإجابات لم تصل حتى الآن
إلى اتفاق على طبيعة المشكلات المرتبطة بهذا الموضوع ، ومع ذلك سننظر القيم مجتهداً فلسفياً
جديراً بالبحث والتأمل .



والقيم ترتبط بالسلوك السياسي ، حيث يشعر المواطنون والقيادات نحوها بالارتباط
الانفعالي القوي ، كما أنها توفر لهم مستوى للحكم على الأفعال والأهداف الخاصة . ولذلك ،
تضع القيم مجموعات المستويات العامة للسلوك التي تكون المعايير الاجتماعية لها هي
التعبير الواضح والملموس . على أن الطبيعة العامة التي تتميز بها القيم تجعل من الممكن
للأفراد الذين يشتركون في نفس القيم - للمواطنين والقيادات أن يختلفوا على بعض المعايير
المندرجة تحتها . وتعتبر العدالة ، والحرية ، والوطنية أمثلة على القيم .

فالقيم في مقومات الثقافة السياسية تضع المبادئ التنظيمية والضرورية لتكامل
الأهداف الفردية والجماعية . ونظراً للارتباط العاطفي القوي بالقيم كمستويات للحكم على
القواعد ، والأهداف والأعمال الملموسة ، فإنها تعتبر مختلفة أو نهائية على الرغم من أن
تكوينها وفهمها يعتبران أمرين متصلين بعملية التثقيف السياسي . وإذا كانت القيم - في
الثقافة السياسية - توجه السلوك السياسي فإن دراستها لابد أن تنطوي على تحليل
الاتجاهات ، والسلوك السياسي .

فالقيم السياسية - كمصطلح إذن - تعني المستويات الثقافية السياسية المشتركة التي نحتكم إليها في تقدير الموضوعات والاتجاهات الثقافية السياسية .

ومن التعريفات الهامة لمصطلح القيمة ، ما يذهب إليه « كلاهون » : من أن القيمة هي تصور ، واضح أو مضمّر ، يميز الفرد أو الجماعة ويحدد ما هو مرغوب فيه بحيث يسمح لنا بالاختيار من بين الأساليب المتغيرة للسلوك ، والوسائل ، والأهداف الخاصة بالفعل أما « بارسونز » فيعرف في كتابه « النسق الاجتماعي » : القيمة بأنها « عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معياراً أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف .^(١) فكأن القيم بالقياس إلى الثقافة السياسية تمثل المعايير العامة والأساسية التي يشترك فيها أعضاء المجتمع السياسي (المواطنون والقيادات) وتسهم في تحقيق التكامل وتنظيم أنشطة الأعضاء .

وارتباط الاتجاهات بالقيم في الثقافة السياسية ، يبين من معنى الاتجاه من حيث كونه توجيهياً نحو موضوعات معينة ، أو مواقف ذات صبغة واضحة ، وذات دوام نسبي ، وقد يشير إلى الاستعداد أو الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك المواطنين أو القادة عندما يكونون بصدد تقييم شيء أو موضوع بطريقة منسقة ومتميزة . أو قد ينظر إليه على أنه تعبير محدد عن قيمة أو معتقد ، ولهذا يشتمل على نوع من التكامل الإيجابي أو السلبي ، والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقاً ، ويعرف « الاتجاه » كذلك بأنه الميل إلى الفعل بأسلوب يتسق مع موضوعات بعينها ومواقف مترابطة محددة ، أما الأفكار السياسية ، كمفهوم أساسي في الثقافة السياسية فهي تعني التصورات الذهنية ، وتصبح قوة Idea force حيث تبعث الفكرة فكرات أخرى وتدفع إلى العمل . ومن ثم لا ينبغي التمييز بين عقل واردة أو بين فكرة معلومة فحسب وفعل يحققها .

ذلك هو الجانب الأول في الثقافة السياسية : القيم والاتجاهات والأفكار السياسية ، يتفاعل مع الجانب الثاني فيها ، ونعني : السلوك السياسي من جانب المواطنين والقيادات Political Behavior ويعني هذا الجانب في القديم : سلوك الناخبين ، وهذا هو المعنى الشائع في علم الاجتماع ، وعلم النفس الاجتماعي ، وأما المعنى الأوسع فهو الذي يستخدمه معظم علماء السياسة والإعلام ، والذي وضعه « لاسويل » في مؤلفه الشهير « تحليل السلوك السياسي » إذ تمثل دراسة السلوك السياسي اتجاهاً في البحث يسعى إلى فهم الحكومة كعملية تشير إلى تفاعل الأفراد والجماعات ، عن طريق البحث الامبيرقي ، ثم محاولة صياغة المفاهيم والفروض والتفسيرات بطريقة منهجية .^(٢)

فالسلوك السياسي في إطار مصطلح الثقافة السياسية يشمل الظواهر السياسية بصفة عامة ، ويغدو السلوك الانتخابي مجرد موضوع فقط من موضوعات السلوك السياسي . ويرتبط مصطلح الإعلام بمصطلح الثقافة السياسية ، ارتباطاً وثيقاً ، في ضوء هذا الفهم ، حيث يعني « الإعلام » التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ، ولذلك يقوم في جوهره على تزويد الناس بالأخبار الصحيحة ، والمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، فالإعلام إذن تعبير موضوعي ، بالقياس إلى الثقافة السياسية ، التي يصدر عنها ويعبر عن أطرافها في عملية الاتصال بالجماهير .

والإعلام يقوم على التنوير والتثقيف ، ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تناسب عقول الناس وترفع من مستواهم وتنشد تعاونهم من أجل المصلحة العامة ، فهو يخاطب

العقول لا الغرائز . ولما كان الاعلام يستخدم أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي ، فقد أخذت الدول تنبذ كلمة « الدعاية » وتفضل عليها كلمة « الإعلام » على اعتبار أنها تعبر عن الدقة والموضوعية والصدق . (٣) .

ويظهرنا التفسير الوظيفي للاعلام من جهة ، والثقافة السياسية من جهة أخرى ، على وظيفة مشتركة تمثل بيت القصيد في هذا البحث ونعني « التنشئة الاجتماعية السياسية **Political Socialization** » حيث تؤدي وسائل الاعلام هذه الوظيفة ضمن وظائفها الأساسية بهدف نشر الثقافة السياسية وتعميق تصور الجماهير لدورها في المجتمع ، والقيام بدور واقعي في صنع القرارات ، ودعم فكرة المواطنة المسؤولة **Responsible Citizenship** . (٤) . كذلك تعكس وسائل الاعلام الثقافة السياسية للصفوة الحاكمة من حيث مدى إيمانهم بالجماهير وبحقهم في المشاركة وبقدرتهم على هذه المشاركة . ولعل المشكلة أمام جماهير الدول النامية التي عانت كثيراً من الجوع العقلي والبدني ومن التسلسل لدرجة التوحد بالمواقف المختلفة والانهازم في العديد من المواقع والمجالات ، ان جماهيرها لا يوجد لديهم الدافع الكافي للمشاركة ، ولا القدرات التي تسمح لهم بذلك . ولعل التجربة الهندية في التآخي **Fraternalization** ومحاولة تطبيق الحكم المحلي وما قبلته من معوقات تثبت صحة هذا الرأي . ونفس العقبات التي قابلتها محاولة اجتذاب الجماهير للمشاركة السياسية والارادية ، قابلتها تجارب التنمية السياسية والاجتماعية في الريف المصري وفي أغلب الدول النامية . (٥) .

وهنا يتضح الدور المشترك بين الاعلام والثقافة السياسية ، حيث يتم عن طريقهما تعليم الفرد ، كيف يتكيف مع الجماعة عند اكتسابه للسلوك السياسي الذي ترضيه ، ولهذا فالتنشئة السياسية هي في الواقع عملية التعلم من وسائل الاعلام وغيرها من مصادر التعليم .

وإذا كان الجانب الأساسي من الثقافة هو قيم المجتمع ، فإن هناك اتجاهاً يؤكد على أهمية اللغة في عملية التنشئة السياسية ، بحيث تسهم وسائل الاعلام بدور في هذه العملية الاجتماعية الأساسية ، حتى يصبح الفرد عن طريقها مندمجاً في جماعة اجتماعية من خلال تعلم ثقافتها ، ومعرفة دوره فيها .

وتأسيساً على هذا الفهم تغدو التنشئة السياسية عملية مستمرة على مدى الحياة تسهم فيها الأسرة والمدرسة ، والمساجد ، ودور العبادة ، ووسائل الاعلام ، والجامعات بالنسبة للصغير والكبير على السواء ، فالطفل يمر بفترة حرجة عندما يستدمج القيم ، والاتجاهات ، والمهارات ، والادوار التي تشكل شخصيته ، وتؤدي إلى اندماجه في مجتمعه ، ولهذا ، تعتبر هذه العملية ضرورية لتكوين ذات « الطفل » وتطوير مفهومه عن ذاته كشخص وخاصة من خلال سلوك الآخرين واتجاهاتهم نحوه ، وكذلك عن طريق تعليم كيفية أداء الأدوار الاجتماعية المختلفة ، الذي يؤدي بدوره إلى ظهور الذات الاجتماعية المتميزة بالنمو السليم على انه يمكن اعتبار أي نشاط يبذل لتعلم دور اجتماعي جديد ويمكن الشخص من أداء وظيفته كعضو في جماعة أو مجتمع ، بمثابة عملية تنشئة اجتماعية ، فالشخص الملتحق بالجامعة أو بقوة الشرطة ، أو بناد رياضي أو بآية جماعة أخرى ، ويتعلم فيها قيماً واتجاهات ، وعادات ، وأدواراً اجتماعية جديدة ، يعتبر مندمجاً في عملية للتنشئة الاجتماعية ، ومن ثم ، ننظر إلى هذه العملية على أنها : عملية مستمرة يمكن أن يمر بها الشخص في مراحل العمر المتأخرة ، وتظهر بوجه خاص عندما يحاول الفتان أو الفتيات

دون سن العشرين تنشئة والديهم على أداء أدوار جديدة أو على تغيير بعض أدوارهم التقليدية أو اكتساب مراكز جديدة في المجتمع الحديث .

وهكذا يمكن القول إن التنشئة السياسية في وسائل الاعلام تمثل اكتساب معرفة جديدة هي في الواقع عملية « تثقيف » أو اكتساب خصائص ثقافية جديدة . ذلك أن الاعلام يسعى لتكامل المجتمع ، بتنمية الاتفاق بين أفرادهم وجماعته على السياسات الأصلية ، ويقوم بتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والمحافظة عليها ، كما انه ييسر الإدارة العامة بتعريف المسؤولين بمشكلات المجتمع ، وتعريف المواطنين بالسياسات والاجراءات الرسمية ، ويدعم قوى الدفاع بإعلام المواطنين بالتهديدات الخارجية والداخلية الموجهة للأمن القومي ، ويوسع مجال الحديث والمشاركة والمناقشة بترويج الاصطلاحات الجديدة المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والثقافية ، ويدعم العادات الاجتماعية السائدة ، ويرحب بالتعديلات والتغيرات التي يمكن للجماعة أن تقبلها ^(٦) .

ولذلك يعرف الاتصال بالجماهير على انه بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس ، يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ، وينتثرون في مناطق مختلفة . ويقصد بالرسائل الواقعية مجموعة الأخبار والمعلومات والتعليمات التي تدور حول الأحداث ، وتنشرها الصحف وتذيعها الاذاعة المسموعة والمرئية .

وفي ذلك ما يوضح دور وسائل الاعلام في « التحديث السياسي » ، ان جاز التعبير ، على اعتبار أن التحديث السياسي يقوم على أسس ثقافية في المحل الأول ، ويرتبط بتزايد مشاركة الجماهير في تحديد قاداتها وتشكيل القرارات وتنفيذها ورسم مستقبلها بالشكل الذي تريده . ويشير الباحثون إلى أن هناك ثلاثة متغيرات أساسية متضمنة في عملية التحديث السياسي هي ^(٧) :

١ - ترشيده السلطة Rationalization of Authority

ويقصد به تحقيق سيادة القانون على جميع الطبقات والفئات بغض النظر عن الاختلافات العرقية أو المذهبية أو الأيكولوجية أو الطبقيّة أو الطائفيّة . وهنا يجب أن تتفصل السلطة عن شخصية الحكام وتحولها إلى دور اجتماعي يتم أدائه من خلال قواعد محددة ، فتحول الحكم إلى دور محدد له أصوله وقواعده ممارسته وأسلوب الوصول إلى أدائه . وقيامه على أساس معيار الكفاية والمصلحة العامة ، يعني انفصال السلطة عن شخصية الحاكم ، وهذا لم يتحقق إلا بعد ظهور فكرة الدستور ، وفكرة الحريات الشعبية وحقوق الجماهير في مواجهة السلطة ، وهذا لم يتم إلا بعد عصر النهضة . ومعنى هذا أن الحكم داخل المجتمع النامي سياسياً لا يتم بشكل فردي وإنما يتم من خلال المؤسسات الدستورية ، وهذا هو معنى دولة المؤسسة :

٢ - تباين الوظائف السياسية :

ويقصد به عدم احتكار السلطة في يد هيئة واحدة (حزب واحد أو هيئة .. إلخ) لأن معنى هذا احتمال قيام الاستبداد وعدم وجود ضمان في مواجهة الاستبداد . ويتمثل التباين السياسي بشكل واضح فيما يطلق عليه الفصل بين السلطات ، وتعدد الأحزاب ضماناً لوجود المعارضة المنظمة .

٣ - المشاركة السياسية :

ويقصد بها أن تصدر القرارات العليا تعبيراً عن الاجتماع الشعبي متمثلاً في المناقشة والتدبير الشعبي ، ولهذا ظهر التمثيل النيابي ونظم الانتخاب والاستفتاء والاستعانة بالخبراء ... إلخ .

ويؤكد الكثير من الباحثين أن التنمية السياسية تتمثل في تنمية قدرات الجماهير على ادراك مشكلاتهم بوضوح ، وهنا يكمن دور وسائل الاعلام في تحقيق هذا المطلب الثقافي ، وفي دعم قدرة الجماهير على تعبئة الامكانيات المتاحة لمواجهة مشكلاتهم بشكل علمي واقعي . ودعم قيم الديمقراطية وتحقيق المساواة السياسية بين أبناء المجتمع ، وهنا نقول إن وسائل الاعلام ، حيثما يحسن استخدامها ، تكون خير عون للجماهير على مواجهة كل التغيرات أو دعم قدرتهم على التعامل بكفاءة مع المواقف المتغيرة .

وتأسيساً على هذا الفهم ، يمكن القول إن الدور التثقيفي السياسي لوسائل الاعلام ، إنما يكمن في مشاركة الجماهير في صنع القرارات ديموقراطياً ، من خلال النظم البرلمانية والمؤسسات الدستورية ، والقانونية ، واستخدام حق النقد الموضوعي ، في متابعة ومراقبة أجهزة السلطة من خلال المؤسسات الشرعية .

ان الثقافة السياسية في وسائل الاعلام ، من أهم عوامل دعم الوحدة والتكامل السياسي بين أجزاء المجتمع من خلال دورها في التنشئة السياسية وإشاعة حد أدنى من الاتفاق حول القيم السياسية ، مع وجود ولاء سياسي للسلطة المركزية ، ونذكر هنا أن بعض الباحثين من أمثال « كارل دويتش » يؤيدون ما نذهب إليه ، حول أهمية وسائل الاعلام في تحقيق التكامل الاجتماعي والثقافي والسياسي .

ويحتل التكامل بهذا المفهوم مكانة أساسية في الدور الاعلامي تجاه الثقافة السياسية ، من حيث تحقيق التوافق المتبادل بين سمات ثقافية واجتماعية وسياسية متباينة أو متصارعة ، بهدف تكوين نسق ثقافي متجانس ومنسجم ، ومثال ذلك أنه قد تطرأ سمات سياسية جديدة على ثقافة معينة نتيجة للانتشار الثقافي فتدخل في صراع مع بعض السمات الثقافية التقليدية ، وحينئذ يطلق على عملية تذويب الصراع من خلال تعديل السمات الجديدة والقديمة ، والتنسيق بينها « التكامل الثقافي » Cultural Integration . وعلى هذا ، فإن التكامل الثقافي ، يمثل كافة العمليات التي تحقق وحدة الثقافة وكتلتها ، ويظهر ذلك بوضوح في الاتساق المنطقي ، والعاطفي ، والجمالي ، والسياسي للمعاني الثقافية ، والارتباط بين معايير السلوك السياسي ، خاصة ، والتساند الوظيفي بين مختلف مكونات الثقافة السياسية من عادات ، وعرف ، ونظم سياسية .

وحينما نقارن ثورة الاعلام Communicative Revolution بنتائج أو آثار الثورة الصناعية (١٧٥٠ - ١٨٥٠) على النظم السياسية والاجتماعية ، نجد أن التأثير العالمي لوسائل الاتصال يتضح من قدرتها على جعل ملايين البشر يستمعون ويشاهدون ويقرأون نفس الوسائل في وقت واحد ، ولذلك تعتبر نتائج الاتصال الجماهيري مثيرة لاهتمام عدد كبير من الناس ، ومن بين النتائج المقبولة يفترض بصفة عامة أن وسائل الاعلام تعمل على :

- تكامل المجتمع Integrating Society

بتنمية الاتفاق بين أفرادهم وجماعاته على السياسات الأساسية . (يشبه التكامل الاجتماعي طبقاً لهذا المعنى - في الثقافة السياسية أو ما يسمى بالتمثيل Assimilation .

غير أن الاختلاف الوحيد بينهما يرجع إلى أن « التمثيل » يظهر بين جماعات تتميز بالمفارقات الثقافية الواضحة ، بينما يحدث التكامل الاجتماعي بين جماعات تتميز بنفس الاطار الثقافي العام ، ولكنها انفصلت أساساً بسبب تعدد ولاء أعضائها .

- استقرار المجتمع Stabilizing Society

بتأييد الأغلبية ضد الاقلية المخالفة في الرأي .. ذلك أن الاستقرار الاجتماعي يعني استمرار وجود النماذج الاجتماعية والثقافية في مجتمع محلي أو مجتمع كبير دون تعرضها لتغير فجائي أو جذري . على أن الاستقرار الاجتماعي لايعني بالضرورة وجود حالة من الثبات تسود المجتمع ، مع ان المجتمع الثابت ينبغي أن يكون مستقراً . وتأسيساً على ذلك ، يكون المجتمع الذي طرأت عليه تغيرات تدريجية وبطيئة وكافية لاعادة التوافق دون أن تؤدي إلى أي اضطراب أو تفكك ، مجتمعاً مستقراً .

- تيسير الادارة العامة :

إذ تقوم وسائل الاعلام بتعريف المسؤولين بمشكلات المجتمع ، وتعريف المواطنين بالسياسات والاجراءات الرسمية . وعلى ذلك تصيح وظيفة « تيسير الادارة العامة » من أهم وظائف وسائل الاعلام-Facilit-ating Public Administration تأسيساً على أن الادارة العامة ترتبط بالمسائل الحكومية العامة التي تمس الجماهير .

- دعم قوى الدفاع القومي :

باعداد المواطنين بالتهديدات الخارجية والداخلية الموجهة للأمن القومي .

توسيع مجال الحديث أو المشاركة :

بترويج الاصطلاحات الجديدة المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والثقافية ، والسياسية .

- دعم العادات الاجتماعية وآداب السلوك وأساليب المحافظة على الصحة الشخصية

وهناك نتيجة هامة ، من بين النتائج المحتملة للعديد لوسائل الاعلام ، وهي أنها تؤدي إلى دعم الآراء العامة أكثر مما تؤدي إلى تغييرها . وكانت التغيرات ومازالت تتحقق بصورة أكبر عن طريق الاتصال الشخصي . وتتضمن الظروف التي تساعد وسائل الاعلام على تحقيق التغير الثقافي ، مايلي :

- عندما يكون الاتصال بالجماهير مباشرة بواسطة وسيلة معينة ، وعندما يكون الجمهور المستهدف منفتحاً ذهنياً للموضوع .

- عندما يركز مضمون وأسلوب الاعلام على الأحداث أكثر مما يركز على الآراء ، وعندما يخاطب العاطفة أكثر مما يخاطب العقل ، وعندما يتم التحدث إلى الجمهور بالمفهومات المألوفة لديه ، وعندما لاتحجز الرسالة الاتصالات أخرى منافسة ، وعندما تتم مهاجمة الآراء المعارضة بصورة غير مباشرة .

- عندما تكون الوسائل أو القنوات المستخدمة في الاتصال ذات طابع شخصي وموجهة إلى

قادة الرأي ، ومتخصصة ، أي مركزة على الجماعات المقصودة موضوع الاهتمام .
- عندما يكون الموضوع أو المشكلة موضع المناقشة بعيداً زمنياً أو مكانياً ، قليل الأهمية نسبياً فيما يتعلق بالأفراد والمخاطبين ، ومؤكداً للشخصيات المتضمنة .⁽⁸⁾
وإذا كان النظام الاجتماعي ، ينشأ عادة عن العادات الشعبية ، وينحو ويتطور في صورة أعراف ، وينضج عندما تصبح القواعد والأفعال أكثر نوعية وتخصصاً ، وعندئذ يترسخ البناء ويتوطد ، فإن وسائل الاتصال قد أثرت في كافة المؤسسات القومية والمحلية ، مما أدى إلى إعادة بناء بعض هذه المؤسسات ، بما في ذلك المؤسسات الخاصة بالحكم والقضاء والصحافة والتعليم والتجارة والصناعة .

ولعل انتقال الوظائف من نظام لآخر يعتبر أحد الخصائص المذهلة لعصر الإعلام أو ثورة الاتصال . فقد فقدت الأسرة مثلاً بعض وظائفها في الإنتاج والترفيه والأمن الخارجي . وانتقلت هذه الوظائف المفقودة من الأسرة إلى الحكومة والصناعة ويظهر الانتقال الوظيفي بوضوح في الوظائف المتغيرة في القرية والمدينة ، كما ان الدولة تنتقل إليها بعض الوظائف النظامية التي تفقدها النظم الأخرى نتيجة لزيادة عمليات التغيير وتعدد عوامله . والنظم الاجتماعية اجزاء عامة من الثقافة لايمكن ان تفهم تماماً اذا نظرنا إلى كل منها منفصلاً عن الآخر ، وعلاقتها المتبادلة تؤدي إلى قيام نمط ثقافي يتغير في مناطق كثيرة وفي أزمان مختلفة ، والنظم الاجتماعية الكبرى مثل الأسرة والسياسة (الحكومة) التي وجدت تقريباً في كل مكان ، ليس لكل منها وظيفة واحدة ، بل لها عدة وظائف وعندما يتغير النمط الثقافي ، قد تنقل وظيفته من نظام لآخر⁽⁹⁾

ولذلك وجدنا أن درجة التغيير التي أحدثتها ثورة الاتصال بالجمهير فيما يختص بكل مؤسسة ، تتناسب مع عاملين مترابطين هما :
- مدى السلطة التحكيمية التي كانت تمارسها المؤسسة من قبل .
- حجم الجماهير المتأثرة مباشرة بهذه المؤسسات .

فكلما كانت المؤسسة تمارس سلطة تحكيمية أكبر ، وكانت أوسع نفوذاً ، كلما اضطرد اضطرابها إلى مراعاة نقد الجمهور لعملياتها ، إذ أن وسائل الاعلام قد زادت بقوة وكثرة ، عدد النقاد المدققين ، وذلك بنشر المعلومات المطلوبة لجعل انتقاداتهم أو احتجاجهم فعالاً ومؤثراً ، وقد اضطرت هذه المؤسسات - كوزارات خارجية الدول الكبرى ، إلى تغيير اجراءاتها عندما أصبحت كل من المشاكل وطرق العمل الخاصة بالدبلوماسية السرية تذاع عن طريق وسائل الاعلام . وهكذا أدت هذه الوسائل إلى نقل المباحثات الدولية من الحجرات المغلقة إلى النطاق العالمي للاعلام الدولي .

ويقدم « برنارد بيرلسون » تعميماً شاملاً للشواهد القائمة بالنسبة لنتائج الاتصال الجماهيري ، يتضمن أن « طبيعة الجمهور ووضعه الاجتماعي وميوله واهتماماته وذكائه ومستوى معلوماته ومركزه التعليمي ، وملامح شخصيته .. الخ ، لها تأثير حتى على تحديد أي الرسائل الاعلامية سوف تلقى الانتباه من هذا الجمهور .

وفي ذلك ما يوضح « لماذا » و« كيف » نجحت وسائل الاتصال في النصف الأول من هذا القرن في تحقيق التوازن بين الكفتين اللتين لم تكونا متوازيتين من قبل ، وهما سلطة المسؤولين وصانعي السياسة في مؤسسة ما من جهة ، والمقترحات التي تؤيدها الجماهير المتكاثرة بهذه المؤسسة من جهة أخرى ، بل لقد نجحت في بعض الأحيان في ترجيح كفة الجماهير .

وقد حفز الاعلام والاتصال بال جماهير عملية التحديث السياسي ، والتحضر -Urbaniz ation ، والتي ظهرت إثر الثورة الصناعية وما أدت إليه من استخدام أعداد ضخمة من العمال في المراكز الصناعية ، والتحول إلى اتخاذ أساليب حياة المدنية ، وانتشار أنماط السلوك وأساليب الفكر الحضرية . وتقوم وسائل الاعلام بدور كبير من أجل نشر الثقافة الحضرية في المناطق الريفية - ولاسيما بعد دخول الكهرباء في القرى المصرية واستخدام التليفزيون ووسائل الاعلام الحديثة - ولذلك تكاد الفروق الثقافية الريفية الحضرية ان تتلاشى في المجتمعات التي يتعاظم فيها التحضر . وانتشار التأثير الذي تحدثه وسائل الاعلام يعني انتشار العادات والسمات السائدة في المراكز الحضرية .

وكان من نتائج وسائل الاعلام والاتصال بالنسبة لعملية التحضر ان زادت الحركة الاجتماعية من الريف إلى الحضر ، ومن فئة أو مستوى اجتماعي إلى آخر ، كما أنها نشرت ظاهرة الانعزالية ، والتعجيل بالتغيرات الاجتماعية .

وقد أدت هذه النتائج وغيرها لثورة الاتصال ، إلى الاتجاه إلى استخدام أسلوب الدعاية القوى القريب التأثير بدلاً من استخدام الاسلوب الخفيف البعيد التأثير ، وذلك عند عرض القضايا العامة وتقديمها إلى الناخبين في الدول الديمقراطية فأصبح من الضروري أن تعلن القضايا بصورة أعرض ، لكي تحقق استجابة جماهيرية ، ومن ثم فقد اختفى أسلوب العرض التحليلي الأكثر تعمقاً . وهكذا يتبين أن الدعاية المركزية Entralized Propaganda بدلاً من الاتفاق المشترك على نطاق جماعة محددة ، من أكثر آثار وسائل الاتصال الجماهيري وضوحاً فيما يختص بالقرارات السياسية .

كما أن وسائل الاتصال قد اتجهت إلى استخدام « الأنماط » Stereotypes بدلاً من البيانات المعلنة للآراء ، والمبنية على خبرة شخصية ، الا ان هذا لم يفتب امتيازه بعد في النصف الثاني من القرن العشرين ، ولهذا نجد كاتباً أمريكياً يقول : « .. لماذا نصر على أن ننشر في الخارج الأنماط الجامدة التي لا تؤثر إلا على قلة ضئيلة من الأجانب ، وامتنعنا طويلاً عن تقديم الواقع » (١٠)

ويذهب « والترلبمان » إلى أن الإنسان مخلوق محدود الإدراك ، فهو لا يستطيع أن يفهم العالم أو يتصوره بمجرد ملاحظته ، وانما يتأتى فهم الانسان للعالم الذي يعيش فيه على مراحل من النضج والتطور والحصول على المعلومات . فالعالم الموضوعي الذي نتعامل معه سياسياً واقتصادياً واجتماعياً يقع خارج نطاق أحساسنا ، وخارج حدود بصرنا وعقلنا ويرى « لبمان » أن المسائل العامة كالسياسة والحكم والتربية والانتخابات والاصلاحات وغيرها ، تتأثر بما يصدره الناس من أحكام نابغة من الصور الذهنية التي يكونونها عن أنفسهم أو عن الآخرين ، وهذه هي آراؤهم . أما الرأي العام فيتكون من حصيلة هذه الصورة المنتشرة في رؤوس الجماهير ، وهو القوة التي تسعى وسائل الاتصال وجماعات الرأي كالأحزاب السياسية والجمعيات الدينية وغيرها إلى التأثير فيها .

ويرى « لبمان » أن هذه الصور الذهنية تفيد في اقتصاد التفكير طالما ان الانسان ليس لديه الوقت والطاقة بحيث يستجيب لكل حادث بفتنة وتمييز كافيين ، فهو يسلك ي ضوء بعض التوقعات الشائعة السلوك الذي يتفق مع هذه الصور الذهنية ومع ذلك فان الافكار النمطية تجعلنا نفع في أخطاء التعميم والاحكام غير الصحيحة على خصائص العالم الخارجي . ويعتقد « دوب » أن الافكار النمطية تكون العنصر المعرفي للاتجاهات . وعلى ذلك تصبح الثقافة السياسية في وسائل الاعلام ، من أهم وظائفها تصحيح الأنماط

الذهنية ، أو دعمها في إطار المفهوم العلمي لها ، ونوصي هنا بإجراء دراسة امبيريقية على جماهير وسائل الاعلام تتضمن عدداً من التساؤلات حول الثقافة السياسية ، ماذا يريد ان يعرف هذا الجمهور عن الأمة والعالم ، وعلاقات أمة ما بالعالم من حولها ؟ متى وكيف وما مدى سرعة احتمال نهوض شعب أو دولة أو أمة ومتى وكيف وما مدى سرعة قابليتها للاندثار ؟ ونسترشد هنا بالاثني عشر سؤالاً التي طرحها « كارل دويتش » والتي تتضمن أيضاً : كيف تتكافل الأمة ، مع الشعوب والأمم الأخرى ؟ وكيف تتصرف مع المجموعات الصغيرة بداخلها ومع الأفراد ، وكيف تكون علاقاتها بالهيئات الدولية والنظام السياسي الدولي ؟

- إلى أي مدى تستطيع الحكومات والشعوب لأي دولة قومية أن تقرر مصيرها ؟ وإلى أي مدى تكون نتيجة اعمالها مرهونة بالظروف والأحداث التي تقع خارج حدودها القومية ؟
- ما العوامل التي تحدد الحرب والسلام بين الشعوب ؟ متى وكيف ولماذا تنشب الحروب وتستمر وتقف ؟ كيف كانت هذه العمليات تسير في الماضي وكيف تعمل الآن ؟ وما الذي يحتمل أن تسير عليه في المستقبل ؟ وما مبلغ القتال وأنواعه مما يحتمل أن يؤيده الناس ؟ متى ولأي أغراض وفي ظل أي ظروف ؟

- ما طبيعة قوة أو ضعف حكومة ما أو أمة ما في السياسة الدولية ، وما مصادر وظروف مثل هذه القوة ؟ وما حدودها ؟ ثم متى وكيف ولماذا تتغير القوة ؟

- ما الشيء السياسي في العلاقات الدولية وما هو غير السياسي ، وما علاقة السياسة الدولية بحياة مجتمع الشعوب ؟

- هل عدد سكان العالم آخذ في النمو والازدياد بمعدل أسرع من امدادات العالم من الغذاء والطاقة وغيرها من الموارد وأسرع من « قدرة تحمل » بيئتنا بالنسبة للهواء والماء والتقنين المحتملين وموطن معيشي غير ملوث ؟ أيمن أن تمثل أوجه الفشل في هذه النواحي خطراً على « الأمن القومي » لأي أمة مساوياً للخطر الذي يثيره تغير في القوة السياسية أو العسكرية لجيرانها ؟ هل تمثل هذه المشاكل « قيوداً للنمو » مؤقتة ، أو أنها تنذر بمستقبل محفوف بالمخاطر للجنس البشري ؟ وماهي عواقب ذلك على السياسات العالمية بما فيها الحرب والسلام . وما الذي يمكن فعله ان كان في الامكان فعل شيء تجاهها ؟

- ما مبلغ التفاوت في توزيع الثروة والدخول بين أمم العالم ؟ وما مدى التفاوت بالنسبة إلى قيم أخرى ولكنها ذات اتصال ، مثل توقع الأجل أو التعليم ؟

- ما مبلغ اهتمام الناس بالاستقلال عن شعوب أو عن بلاد أخرى وما مدى اهتمامهم بالحرية في داخل بلادهم وأمتهم ؟ وما الذي يفعلونه إذا حدث شيء ما ؟ ومتى يحدث هذا وتحت أي ظروف ؟ وما مفهوم الناس للحرية ؟ ثم ما مدى إدراك الناس للحرية على أنها قيمة في حد ذاتها ، وما مدى نظرتهم إليها باعتبارها أداة يمكن من خلالها تحقيق قيم أخرى لها أهمية أكثر بالنسبة لهم ؟ وما الظروف التي تؤثر أو تغير في مثل هذه الرؤية أو هذه الرغبات ؟ وما سرعة هذا التأثير وإلى أي مدى ؟ ثم ما أحجام الفوارق في أنواع وجدود الحرية التي يريدها الناس في الأمم المختلفة وفي المجموعات المتنوعة في الأمة الواحدة ؟

- كيف ينظر القادة وأفراد الشعب إلى أمتهم ، وكيف ينظرون إلى الأمم الأخرى وإلى تصرفاتها ؟ ثم ما مدى واقعية أو خيال هذه النظرات ومتى يحدث هذا وفي أي ناحية وتحت أي ظروف ؟ ثم متى تترك الحكومات أو يدرك الناخبون الأمور بسرعة ؟ وما النواحي التي يعرفونها أو يجهلونها ؟

- إن عند الشعب اهتمامات إيجابية بالسياسة ؟ ما مدى سرعة هذا وفي أي ناحية ؟ ما تأثير التغيرات في درجة مشاركة الجموع الشعبية في السياسة على سلوك ونتائج المسائل المحلية والدولية ؟ وما نوع السياسات الوطنية أو الدولية التي يمكن أن تنمو مع الزيادة الشديدة في استخدام النفوذ في وسائل الاتصال بالجمهير ، وفي مستوى الثقافة والتعليم ، وفي الحركة الاجتماعية وفي المشاركة السياسية ؟

- كم من الوقت يحتاج الاستقرار السياسي أو الصناعي بعد فترة من الثورة ؟ ما تأثير مثل هذه المراحل السياسية والثورات المضادة والاستقرار النهائي لنظام سياسي أو اجتماعي قديم أو حديث على السياسة القومية والدولية ؟ ماذا يمكن للحكومات أو رجال الدولة والناخبين أن يفعلوا إزاء هذه الأحداث ؟

- كيف يحتفظ الأفراد والشعوب والأمم من خلال كل هذه التغيرات بذاتيتهم وشخصيتهم ؟ ومن أي العناصر تتكون هذه الشخصية بالنسبة لأي عناصر أو نواح في نظامها الداخلي ، وما الاختلاف الذي تحدثه في سلوكها الملحوظ ؟ ثم إلى أي مدى يمكن لشخصية الفرد أن تشكل حاجة حقيقية لأشخاص أو جماعات ، وماذا يحدث إذا لم تتحقق هذه الحاجة ؟ وما مدى ان تصبح لهذه الشخصية الذاتية قيمة في حد ذاتها ، وما مدى اعتبارها شرطاً أو أداة في الحصول على قيم أخرى ؟ ثم ما الإحساس بالذاتية - وما حقيقة الشخصية المطلوبة وكيف تصبح مفقودة ؟ وما مداها وسرعتها وتحت أية ظروف ؟ إلى أي حد يكون الأشخاص والطبقات ونخبة المجتمع والحكومات والشعوب والأمم أشبه بالفهود التي لا تستطيع أن تغير البقع في جلودها ، وما مدى قدرتهم على التحول ، وعلى التحول الذاتي ؟

من هذه التساؤلات يتضح أن على وسائل الاعلام لكي تؤدي دورها في التنقيف السياسي أن تحاول الاجابة عنها من خلال الأحداث اليومية التي تقدمها وتعرفها وتحللها ، في اطار ما تتسم به الثقافة السياسية ، من استقرار المؤسسات والمحافظة على النموذج ، وتكيف النظام مع البيئة التي تحيط به ويستمد منها وجوده ، ثم هدف الانجاز ، الذي يرغب المجتمع في تحقيقه . ويرى « بارسونز » أن تحقيق هدف الانجاز في كل بلد تقوم به عادة الحكومات والقطاع السياسي بمراحله ومؤسساته ، فمن خلال الحكومة والأجهزة السياسية تتجمع غالباً أكثر المصادر البشرية والمادية من أجل تحقيق أي هدف في الحرب أو السلم .

ونخلص مما تقدم إلى القول بأن ثورة الاعلام والاتصال بالجمهير ، قد أكدت الصلة الوثيقة بين السياسة والتفكير ، تفكير كل إنسان وربما كان في ذلك ما دفع بالعلماء - لا علماء النفس والاجتماع والسياسة والاعلام وحدهم - وانما علماء الطبيعة كذلك - إلى أن ينتبهوا إلى ان ما يحدث لنا في محيط السياسة يؤثر في جميع نواحي حياتنا الأخرى . وأن ما يحدث لنا في محيط السياسة يتوقف على تكويننا النفسي والانفعالي ، الذي تخاطبه وسائل الاعلام . والاصل في السياسة Politica أن تعنى بتنظيم خيرات المجتمع تنظيمياً يقوم على العقل ، ولما كانت السياسة تتطلب نضج الدوافع والأساليب في أعلى درجاته ، وإدراك الأسباب ونتائجها البعيدة في أعماق صورة ، فقد أصبحت الثقافة السياسية من أهم وظائف الاعلام في العصر الحديث .

وفي تقديرنا ان الثقافة السياسية هي التي تحقق النضج في السلوك السياسي للأفراد والجماعات ، فقد يكرس الانسان - المثقف سياسياً نفسه لمعارضة أناس معينين أو سياسة معينة قد يعيب كل قواه وامكانياته لهذه المعارضة ولكنه إذ يفعل ذلك يستند إلى قيم إيجابية يطبقها على حياة الإنسان وخبرته . أما الإنسان الفج - غير المثقف فهو الذي يتخذ موقفاً

عدائياً نحو العالم أجمع وهو متحفز للقتال دائماً « يظن المكر والخديعة في الناس جميعاً ، ويستمد معظم شعوره بأهميته من الانتماء إلى جماعة يرى أنها تختلف كل الاختلاف عن سائر الجماعات ، ويهوى إثارة مشاعر الحقد والكراهية بين الناس ، وتثور ثائرته لأقل الأسباب ، ويعتبر الحزبية التي لا هوادة فيها فضيلة تميزه على غيره . ولا يختار الجماعات التي ينضم إليها بدافع من حبه لاعضائها بقدر ما يختارها مأخوذاً بترفعها واقتصارها على طائفة من الناس ، وتدور احلامه حول الانتصارات التي يحرزها ضد الآخرين والمواقف التي يتفوق فيها عليهم ولا يشعر بالحيوية والنشاط إلا إذا كان مشتبكاً في صراع في الحقيقة أو في الخيال . « ولاشك أننا سرعان ما ندرك أن مثل هذا الانسان لابد أن يكون مثاراً للشغب في البيت وفي المجتمع ، فأينما يحل يكن التوتر والغضب الذي لامبرر له ، والمعارك التي تشب لأسباب تافهة .. إلخ (١٢)

وعلى ذلك يصبح على وسائل الاعلام أن تؤدي وظيفة التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية في ضوء « تنظيم خيرات المجتمع تنظيمياً يقوم على العقل » .
وعندما نصف العرب بأنهم منذ أقدم العصور ، قوم سياسة ، فإن ذلك يعني أن للثقافة السياسية مكانة عريقة في الضمير العربي ، جعلنا نناشد وسائل الاعلام أن تعالج المفاهيم السياسية في الخبر والتحليل والتعليق على أساس من النضج السياسي الذي حققته هذه الأمة العريقة ، وأن تسعى الصحف الحزبية خاصة إلى استلهاهم مقومات الشخصية العربية ، في التخفيف من حدة الحزبية التي تستمد قوتها في كثير من الأحيان من مشاعر الكراهية والعداء متناسية الأهداف القومية الكبرى ، وان كان استقراء تاريخ الصحافة الحزبية في مصر - مثلاً - وفي فتراته المتقطعة ينبىء عن وصولها إلى تعبئة النشاط الفكري الذي يجعلها جديرة بالأمانة التي تحملها .

فالصحف قومية وحزبية ، ووسائل الاعلام جميعاً ، يجب أن تتفق على احلال مذهب « البحث والاستقصاء » « محل » مذهب الكراهية والعدوان وايتار اللاحزبية على الحزبية في معالجة الشؤون السياسية وتنظيم الخيرات الاجتماعية تنظيمياً يقوم على العقول ، وفي تناول نشاط الحكومة وجماهير الناس في ضوء العراقة السياسية التي تميزت بها الشخصية العربية ، والتي تؤمن بأن المجتمع المنظم وسيلة لاشباع الحاجات الأساسية للإنسان واتاحة الفرص المتكافئة له .

وتستطيع وسائل الاعلام ان تسهم من خلال ادائها لوظيفة التثقيف والتنشئة السياسية في « إحداث تغيير في التنظيمات المادية والمؤسسات الاجتماعية (١٣) : وذلك عن طريق الدعوة إلى بذل الجهود المكثفة لمعالجة مشكلة الأمية التي تؤثر على قدرة الفرد في اتخاذ القرار والمساهمة الايجابية في النشاط السياسي وكذلك بالتركيز على الربط بين الانتاج وأهداف المجتمع السياسية ، ومقاومة البيروقراطية التي تشل حركة المجتمع نحو غاياته ، فضلاً عن أن البيروقراطية تعد من وسائل الاحباط في السلوك السياسي .

وعلى وسائل الاعلام أن تسعى بكل وسائلها الفنية على توعية الجماهير في اختيار ممثليهم بدقة ووعي وبأسلوب ديمقراطي في جميع التنظيمات المحلية والنيابية . وأن تدعو إلى تقريب التفاوت في الدخول وإزالة التناقضات التي لاتتناسب مع السلام الاجتماعي . ويمكن لوسائل الاعلام أن تقوم بدورها الاتصالي بين الدولة وبين الفئات المختلفة في المجتمع . وأن تتصدى للعمل على مقاومة المشكلات الفئوية أو الصراعات الايديولوجية من خلال الحوار الديمقراطي .

ومن أهم ما ينبغي أن يراعى في البرامج والأبواب السياسية في وسائل الاعلام ، احترام حرية الفرد وكرامته وذاتيته وتقدير قدراته وامكاناته ، ومنحه الأمن والأمان . وأن توسع من نطاق أبواب « رجوع الصدى Feedback » كبريد القراء وغيرها لتكون قناة اتصالية بين الجماهير والسلطة السياسية ، بهدف تحقيق الحوار الديمقراطي بينهما .

والفلسفة الاعلامية التي نقترحها يجب أن تتناسب مع ما اختاره المجتمع من فلسفة اجتماعية ، تكون فيها غاية الثقافة السياسية في وسائل الاعلام هي تجديد الذات العربية ، وتكون الحرية هدف التجديد ووسيلة تتحقق من خلال أسلوب اتصالي يقوم على أسس اعلامية مخططة تتولاها المجالس العلمية التي تخطط للمستقبل .

ويرتبط التخطيط الاعلامي بالثقافة السياسية ارتباطاً وثيقاً من حيث السعي إلى تحقيق الأهداف السياسية التي تنشدها الدولة داخلياً وخارجياً ، ولذلك يقوم التخطيط على أساس من استثمار كافة الامكانات الاعلامية والثقافية ومواكبة السياسة القومية ، ولذلك لا بد من وضوح الرؤية وتحديد الأهداف تحديداً واقعياً دقيقاً . فلا يكفي أن نقنع بالشعارات والمفاهيم العامة ، بل ينبغي أن تكون الأهداف أكثر تحديداً في كل مجال على حدة .

ومن أهم ما يجب أن تتضمنه هذه الفلسفة الاعلامية التأكيد على انتماء الفرد لمجتمعه ، والمحافظة على التراث الثقافي ونقله ، وتوظيفه للتحديث السياسي .

وترتبط الأهداف السياسية بالتخطيط الاعلامي ، لتدعيم الحياة الديمقراطية وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية . ولكي تحقق وسائل الاعلام هذه الأهداف فإن عليها أن تضع للأبواب والبرامج السياسية فيها خطة متوازنة ، تشمل قدراً مشتركاً من الثقافة والمعرفة السياسية للجمهور المتلقى على اختلاف نوعياته ، وأن تعالج الثقافة السياسية في ضوء التراث الثقافي العربي الاسلامي وأحداث ومشكلات الحياة المعاصرة وتحديات المستقبل ، وما يرتبط بذلك جميعاً من تقدم علمي وتكنولوجي ، ويجب أن تقدم وسائل الاعلام من خلال موادها في الثقافة السياسية ، المعرفة التي تيسر الفهم ، وأسلوب التفكير السياسي الناضج الذي يراد دعمه في عقلية الجماهير مما يسهم في اعداد المواطن السياسي الذي يسهم في حكم الشعب لنفسه وبنفسه ، بأن يحسن اختيار ممثليه ، والحكم على الأمور ، والمشاركة في إدارة شؤون المجتمع .

وفي تقديرنا أن ابتعاد الادباء وقادة الفكر عن معالجة الموضوعات السياسية في الصحف ، ظاهرة سلبية ، تقتضي افساح المجال لهم من جديد للقيام بدورهم في التثقيف السياسي إلى جانب التثقيف العام ، مما يحقق وحدة المعرفة ، وأذكر هنا أن أستاذنا العقاد رحمه الله كان يقول : إنه وجيله حينما كانوا يعالجون كتابة المقال السياسي في الصفحة الأولى من الصحيفة والمقال الأدبي في الصفحات الداخلية ، دفع بالقراء المهتمين بالسياسة إلى أن يقرأوا ما يكتبون في الأدب ، والعكس صحيح بالنسبة لقراء الأدب ، مما أسهم في تحقيق مطلب ثقافي عام ، وبعد اختفاء هذه الظاهرة ، وعصر الكتابة السياسية على عدد محدود من المعلقين الصحفيين أدى إلى تحقيق الانقسام الثقافي مرة أخرى ، بين الثقافة السياسية والثقافة الأدبية أو المتخصصة ، ولذلك نوصي هنا بتقريب الهوة بين أصحاب الثقافتين : السياسية ، والمتخصصة ، أدبية أو علمية تحقيقاً للتجانس والتناغم بين المثقفين في المجتمع .

فالثقافة والسياسة مترابطتان ، لأن القضية ليست قضية معرفة أو حقيقة ، بل هي قضية « حكم وقرار ، أي التبادل الحكيم للرأي في مجال الحياة العامة والعالم المشترك ،

واتخاذ القرار في ماهية العمل الذي يجب القيام به اذاءه ، وكيف يجب أن يظهر من الآن فصاعداً وهاهي الاشياء التي يجب أن تظهر فيه . (١٥)

ونطرح في الختام - فرضاً أساسياً - حول وسائل الاعلام وتطورها من وسائل رأي - كما كان في صحافة المقال - إلى وسائل خبر/اعلام . ونقول إن التطور الذي حدث في نقل الأخبار حال وقوعها بالراديو والتليفزيون والأقمار الصناعية يستوجب من الصحف خاصة أن تعيد النظر في وظيفتها وأبواب تحريرها بحيث تتطور صياغة الخبر السياسي خاصة لتصبح صياغة تفسيرية تضيف إلى ما يتلقاه المستقبل من الراديو والتليفزيون ، وأن تفسح للمقال والرأي مكان الصدارة ، لتعود على بدء صحافة رأي لاصحافة خبر ، وبذلك تصبح من أهم وسائل الثقافة السياسية .

وبعد ، فأرجو أن تكون هذه الصفحات قد وفقت إلى شيء مما تغيبته ، فجل من لا يخطيء تحيزاً أو قصوراً في عالم البشر .

هوامش

1 - C.klukhon, values and Value, Orientations in the Theory of Action An Exploration in Definition and classification, in parsons & Shills (eds).

Toward a General Theory of Action, Cambridge, 1959.

٢ - د . محمد عاطف غيث وآخرون : قاموس علم الاجتماع ص ٣٢٣ .

٣ - د . محمد عبد القادر حاتم : الاعلام والدعاية ، د . ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، د . عبد العزيز شرف ، المدخل إلى وسائل الاعلام .

٤ - د . نبيل السمالوطي : بناء القوة والتنمية السياسية ، ص ١٥٤ .

Brewer and Ronald, Political development and change The Free Press Macmilan, London, 1975.

٥ - د . نبيل السمالوطي : السابق ، ص ١٥٥ .

٦ - د . إبراهيم إمام : السابق ، ص ٢٧ .

٧ - د . علي الدين هلال : التنمية السياسية - محاضرات بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية .

8 - Bernard Berelson, Communication and Public Opinion, in, W. Schraman Communication in Modern Society, 1984.

٩ - د . محمد عاطف غيث : السابق ، ص ٢٥٠ .

١٠ - مادة الاتصال - دائرة المعارف البريطانية . د . عبد العزيز شرف : المدخل إلى وسائل الاعلام ، القاهرة ، دار الكتاب اللبناني ١٩٩٠ ص ١٧ .

١١ - هـ . ١ . اوفيرستريت : العقل الناضج ، ترجمة د . عبد العزيز القوسي ، السيد محمد عثمان ، ص ٢٤٤ .

١٢ - نفسه ، ص ٢٥١ ، د . عبد العزيز شرف : فن التحرير الاعلامي ، القاهرة ، هيئة الكتاب ١٩٨٠ ص ٢١١ .

١٣ - جون ديوي : الطبيعة البشرية والسلوك الانساني ، ترجمة د . محمد لبيب النجيمي ص ٤٦ .

١٤ - د . إبراهيم إمام : السابق ، ص ٣١٤ ، د . عبد العزيز شرف : اللغة العربية والفكر المستقبلي ، بيروت ، دار الجيل ١٩٩١ ، ص ٢١٥ .

١٥ - حنة ارنت : بين الماضي والمستقبل ، ترجمة عبد الرحمن مشتاق ، ص ٢٤٢ .