الإعلام والسياسة أبعاد العلاقة وإشكاليات التأثير

أ. م. د محمد حسن دخيل

الملخص:

تمثّل وسائل الاعلام والاتصال، بكل أشكالها وأنواعها وسيلة هامة في تشكيل الرأي العام، وإحداث التأثير الجماعي عبر توجيه المجتمعات السياسية نحو أهداف وقضايا سياسية معينة.

تؤدي وسائل الإعلام دوراً سياسياً في حضّ الأفراد على المشاركة السياسية وحضور الندوات السياسية، والعضوية في الاحزاب السياسية.

وهنا تبرز العلاقة بين الإعلام وبين السياسة وعوامل تأثير الإعلام على الرأي العام، والدور السياسي الذي تقوم به وسائل الإعلام، ومدى مساهمة الإعلام في دعم توجّهات النظام السياسي وتثبيت عناصر الوحدة الوطنية.

المقدمة

يتميز الإعلام قدرة كبيرة على تحريك الناس واثارتهم نحو القضايا المختلفة، إذ يعدّ من أهم الأدوات والوسائل التي تستطيع احداث التأثير الجماعي في الناس وذلك بتوجيه الجماهير نحو هدف أو قضية معينة.[1]

يستجيب الإنسان في عالمنا الحديث الى المواضيع التي يطرحها الإعلام

ويتأثر بها. وكلما تعدّدت المواضيع المطروحة، والحلول المقترحة، ووجهات النظر المقدمة، أدى ذلك إلى حدوث استجابات متنوعة لها.

لكن وسائل الإعلام تعمل في الأغلب على تحديد الخيارات المطروحة باعتمادها على ما تستقيه من مصادرها الأساسية. وغالباً ما تكون هذه المصادر مستقاة من الصفوة، التي تطرح من طريق الإعلاميين، فكرها وفلسفتها ورؤيتها للأحداث وتفسيرها لها. وعلى هذا، فإن وسائل الإعلام لا تعمل على تحديد الأولويات فحسب، بل تعمل ايضاً على تحديد الخيارات المطروحة. (٢)

وأصبحت وسائل الإعلام والاتصال بكل أشكالها وأنواعها والحرية المتاحة لها، الوسيلة الرئيسة التي تشكل رأي أفراد المجتمع، وكذا الأشخاص الذين يتصدّون للشأن العام، ما جعلها سلطة حقيقية لها نفوذها وتأثيرها وفعاليتها في توجيه الرأي العام بما يخدم مصالحها. (٣)

وهنا تبرز العلاقة بين الإعلام والسياسة، وعوامل تأثير الإعلام على الرأي العام، والدور السياسي الذي تقوم به وسائل الإعلام، والإشكالية القائمة بين الإعلام والأمن، ومدى مساهمة الإعلام في دعم توجهات النظام السياسي وتثبيت عناصر الوحدة المجتمعية.

أولاً: ماهية الإعلام ووظائفه ودوره وتطوره

١- ماهية الإعلام وآفاقه

مرَّ تعبير الإعلام بمراحل عديدة، إذ كانت كلمة " إعلام " تعني " عملية أخذ وإعطاء المعرفة عن واقعة " (٤)، أي عملية استقبال معلومات ومعارف وإرسالها حول حادثة أو تطور ما. وبحسب رأي الباحث رايت، فإن الإعلام يعني " العملية التي ينتقل بمقتضاها معنى ما بين الأفراد ". (٥)

والإعلام، كذلك، هو في أساس التفاعل البشري القائم على العلاقة الإنسانية التي عبرها ينقل الواحد إلى الآخر أو يتلقى منه النوايا والرغبات والمعلومات والخبرات والأحاسيس.

وفي ظل المجتمعات الحديثة، دخل الإعلام ساحة الصراع الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي، وغدا إعلاماً جماهيرياً، يتجاوز الحدود الوطنية إلى الأثير الأوسع. ويحدّد الباحثون، اليوم وظائف وسائل الإعلام بوظائف فكرية - نفسية اجتماعية. ويأتي الإعلام على رأس الوظائف

الفكرية لوسائل الإعلام الجماهيري، إذ يعمل على نقل الواقع من طريق علاقة مباشرة مع الوقائع والأحداث. وتقوم التنشئة التربوية والتثقيفية بالوظيفة الثانية التي تمارسها وسائل الإعلام الجماهيرية إذ إنها تسعى إلى دمج الأفراد في المجتمع وفي أهدافه الفكرية والثقافية المشتركة. (٦)

وحيث إن تطور وسائل الإعلام، أدّى دوراً فاعلاً ومؤثراً وأساسياً في تكوين الرأي العام، " فقد تميز انتشار هذه الوسائل وتعددها وتنوعها وشعبيتها، بحضور دائم لدى الأفراد والجماعات، وأدى إلى امتلاكها قدرة تأثير متواصلة وفاعلة في شتى المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والسلوكية، وفي كل ميدان تطرقه هذه الوسائل ". (٧)

وهكذا شغل الإعلام حيزاً هاماً في استراتيجيات الدول السياسية والاقتصادية والعسكرية، متخذاً قوة ما بات يعرف بالبعد الرابع، إلى جانب الأبعاد الثلاثة الأخرى في ركائز الدول وهي: الاقتصاد، القوة، والدبلوماسية.

٢- وظائف الإعلام وأدواره

إن للإعلام، وظائف متعددة وهامة، وحتى ينجح ويؤدي مهامه، فعليه أن يشجع على تبني الأفكار النيّرة ويزيد من تطلعات الفرد ودوافعه للإنجاز، كما ويسهم في انفتاح المواطنين على أحداث العالم، وتطورات الأوضاع الخارجية وفي زيادة إدراكهم السياسي وتوسيع آفاقهم.

ويؤدي الإعلام دوراً في الشفافية (٨)، وعندما يطلب معلومات موسعة ومفصلة عن اداء السلطات التنفيذية، وحين يُساعد على اختصار البيانات وصوغها، بشكل مواضيع للنقاش العام. ثم إن الإعلام يوفر منبراً لآراء المواطنين ويؤدي دوراً في التنافسية بما إنه يُساعد على إبراز نقاط الضعف لدى المسؤولين والسياسات الحكومية ومن ثم مناقشتها.

وعلى الإعلام كي يكون فاعلاً، أن يكون مستقلاً عن سيطرة الحكومة ونفوذها، كي يتحلّى بمزيد من الحرية لمناقشة سياسات الحكومة وانتقادها. و" يحتاج الشعب أيضاً إلى التوصل إلى مجموعة واسعة من الهيئات الإعلامية المتنافسة بما يضمن التعددية ويتفادى سيطرة فئة أو مجموعة خاصة تتوخى مصلحتها الشخصية. وعلى الإعلام، في الوقت نفسه، أن يحترم معايير النزاهة والاحتراف حينما يبلغ عن مسائل إدارة الحكم ويحللها ". (٩)

وهناك تلازم بين الإعلام والحرية، فلا حرية حيث لا إعلام حراً، ولا إعلام حين لا يقترن التصرف بالمسؤولية. و" الإعلام لا يزدهر ولا يتطور ولا يتفاعل مع الناس ومصلحة الوطن إلاّ في ظلّ حرية كاملة، لا يحدّه إلاّ ما يتعارض مع الثوابت والمقاييس الجوهرية ". [١٠]

لذلك، فإنَّ الإعلام، بما يتصف به من قدرة فائقة على التأثير في أفكار الناس وتوجّهاتهم السياسية والثقافية والسلوكية، يتيح للقوى المسيطرة على المؤسسات الإعلامية، أن تؤدي دوراً خطيراً في توجيه الرأي العام وبلورة خياراته على نحو يخدم مصالحها.

وعلى ضوء ما تقدم، فإنَّ وسائل الإعلام، حسب بعض الآراء، بإمكانها أن تساعد على تدمير المجتمع أو تحسينه إلى أبعد الحدود، وفي إمكانها أن تساعد على رفع مستواه أو الخفض من شأنه، كما يمكنها أن تدفع إلى المشاركة في التعليم أو المعلومات المفيدة أو العزوف عن الاقبال عن مثل هذا التقدم.

٣- تطور وسائل الإعلام

شهدت عمليات البحث العلمي بما فيها بحوث الاتصال الجماهيري تغيرات واسعة منها ما يتعلق بأساليب هذه البحوث، ومشكلاتها، ووظائفها النظرية والعملية وعلاقاتها بالمجتمع وبالجمهور، ما جعل بحوث الاتصال أمام مواقف جديدة.

ومن بين العوامل التي آلت الى ذلك:

- تزايد اعداد وسائل الاتصال الجماهيري، يجد الشخص الواحد في الوقت الحاضر عدداً كبيراً من مداخل وسائل الاتصال الجماهيري مثل الصحف والكتب والاذاعات وقنوات التلفزيون والافلام السينمائية والانترنت.

- إنّ تزايد التنافس بين أجهزة الاتصال الجماهيري، يجذب انتباه الشخص طالما ان الشخص لا يستطيع أن يتواصل مع كل ما توفره وسيلة اتصال واحدة، فإن الفرد لا ينصرف الى القراءة أو الاستماع أو المشاهدة كلياً إذ إنّ جزءاً صغيراً فقط من هذا الكم الاتصالي الهائل يتم اختياره. وهذا من شأنه أن يزيد من حدّة المنافسة بين مختلف الأجهزة الاتصالية للحصول على اكبر قدر ممكن من وقت عامة الناس. [١١]

وقد تطورت وسائل الإعلام إلى ما بات يُعرف بالإعلام الالكتروني الذي هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم،

والمبادئ العامة والأهداف. وما يميّزه عن الإعلام التقليدي انه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف ايصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة، ومؤثرة بطريقة اكبر، وهو يعتمد بشكل رئيس على الانترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة الكترونية بحتة. (١٢)

ولم يعد للرقباء وجود سواء كانوا محررين صحفيين أم علماء سياسة أم سياسيين أم أي طرف آخر حتى يمنع أو يراقب أو يحدّد المعلومات الواردة في التقارير السياسية.. لذا لم يعد باستطاعة السياسيين أو النخب الإعلامية التدخل للسيطرة على المعلومات أو مراقبتها أو فرض وجهات نظرهم الخاصة بشأن وثيقة حكومية مهمة.

ومن هنا، لم يعد الجمهور يعتمد على الصحف أو ينتظر نشرات الاخبار التليفزيونية للاطلاع على وثيقة حكومية غاية في الأهمية. (١٣)

ثانياً: الدور السياسي لوسائل الإعلام

تؤدي وسائل الإعلام دوراً سياسياً في تغيير الصورة السياسية لحزب من الأحزاب أو لسياسي ما أو للنظام السياسي في أي مجتمع من المجتمعات، وقد يكون التأثير حاسماً أو موفقاً إلى حدٍ ما، ولكنه يظلّ تأثيراً محسوباً في كل الأحوال. وتسهم زيادة كمية الإعلام أو الدعاية السياسية المقدمة من هذه الوسائل في أوقات الحملات الدعائية لانتخابات محلية أو برلمانية أو رئاسية أو للسياسة المتبعة في النظام السياسي تجاه موقف أو حدث ما. (١٤)

ولا تعمل وسائل الإعلام الدولية في فراغ، بل ان عملها مرتبط ببيئة تسهم فيها بعض العناصر الأساسية في صياغة القرارات المهمة. هذه العناصر وحدها من يضمن تحويل أحداث معينة لأخبار ومواد صحفية تتلقى التغطية المناسبة من وسائل الإعلام كما تضمن تجاهل غيرها من الأحداث لتصبح خارج دائرة الاهتمام. (١٥)

وهناك من يربط بين الصحافة والمواطنين والقرار السياسي، ويورد أن الصحافة الحرة التي تساعد المواطنين على فهم القرار السياسي عنصرًا أساسيًا في الديمقراطية. ولكن هذه الصحافة الحرة ليست هي بنفسها التي تؤدي الى الديمقراطية. (١٦)

ان اقتراب الإعلام من السلطة الحاكمة أو ابتعاده عنها أو حتى اندماجه فيها يفرض تصنيف نظريات الإعلام بين:

١- إعلام السلطة.

٢- الإعلام المستقل عن السلطة.

في الحالة الاولى، ينطلق الإعلام من ايديولوجية الدولة التي تتولى كل الأمور المجتمعية، ومنها أمر الإعلام. ونتيجة لذلك، يصبّ الإعلام في قناة خدمة مبادئ الدولة وايديولوجيتها ويُعدّ جهازاً من أجهزة الدولة. إنه إعلام الدول ذات الحكم الكلي أو ذات النظام العقائدي.

أما في الحالة الثانية، فينطلق الإعلام من حاجات المجتمع وطموحاته وتطلعاته ومصالحه. ونتيجة لذلك، يصبّ في قناة الحرية السياسية، وان العناصر الثلاثة الهامة لظاهرة الاتصال: إعلام، مجتمع وجمهور، هي عناصر متغيرة وغير مستقرة: فكل عنصر يتبادل التأثير مع الآخر، فوسائل الإعلام تتوجّه إلى الجمهور وتؤمن الاتصال بين هذه المجتمعات. وهناك فرق بين المجتمعات المتقدمة والنامية، إذ يُستخدم الإعلام في الاولى لبلوغ التقدم الاجتماعي. أما في الدول النامية، فإن وسائل الإعلام تكون لخدمة رأس الهرم وليس القاعدة المجتمعية. (١٧)

وقد تطورت الديمقراطية بموازاة وسائل الاتصال، لذا يقول فويان Voyenne " من الواضح جداً ان الحرية في مجال الصحافة تواكبها الديمقراطية السياسية، لأنه لا يمكن فرضها الواحدة من دون الأخرى، فالاثنتان ركيزتا هيكل واحد ". (١٨)

إنَّ النظام التعدّدي هو الذي يتمتع بحرّية أكبر من الأنظمة الاخرى، حتى وان كانت بعض الصحف الفردية تمتاز بالتحيز، لأن القارئ يمتلك قدرة أكبر على الوصول إلى طيف واسع من المعلومات والآراء. وان العامل الأساسي وراء الصحافة المتعدّدة هو وجود معارضة حقيقية للنخبة الحاكمة تكون قادرة على العمل بشكل علني وحر. فإذا لم تكن هناك معارضة علنية للنظام يتم السماح بها في النظام السياسي، فما تلبث الصحافة أن تغدو ناطقة بصوت واحد. وان وجود المعارضة العلنية يرتبط في المقابل عادة الى وجود أحزاب سياسية تمثيلية. وانّ هذه الأحزاب يجب ان تكون ممثلة فعلاً للقوى السياسية الحقيقية من غير تلك القوى التي يدعمها النظام الحاكم. (١٩)

ومن جانب آخر، تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بدور مهم في عملية المشاركة، إذ تسهم في خلق المعرفة، والوعي، والادراك لدى الجماهير. فلها الدور الأكبر في قيام الفرد بسلوك ايجابي مشارك.

من هُنا، تؤدي وسائل الاتصال الجماهيري - بصفة عامة - دوراً كبيراً في حضّ الأفراد على المشاركة في بعض المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، مثل: الاشتراك في المناقشات السياسية، وحضور الندوات السياسية، والعضوية في الأحزاب السياسية وفي المنظمات التطوعية. [٢٠]

وفي هذا المجال، فإنه عندما يتشارك السياسيون ووسائل الإعلام المشاعر السياسية نفسها، فهناك - وفقاً لرأي بعض الباحثين - فرص كبيرة لأن تكون العلاقات مشتركة ومتجانسة. وعندما تختلف العواطف تصبح العلاقات قابلة لأن تكون صراعية. [٢١]

ثالثاً: الإعلام والأمن: دور وتأثير

ينطلق الإعلام الأمني من طريق وسائل الإعلام الجماهيرية، المقروءة والمسموعة والمرئية وكذلك من طريق أجهزة الإعلام في المؤسسات الأمنية على أسس عديدة من اهمها: الوقاية خير من العلاج، اتصال الجماهير بالعمل الأمني وفهم أهدافه وغاياته، وتشير الدراسات الحديثة الى الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها الشبكة الدولية للانترنت في التثقيف ومن طريق الابعاد الآتية:

البعد المعلوماتي: ويعني القدرة على تعزيز المعلومات المعرفية لدى المواطنين لجوانب العملية التنموية.

البعد العاطفي: ويعني تحفيز المواطنين ومشاعرهم وتطوير اتجاهاتهم الفكرية والعاطفية نحو الجوانب المتصلة بالأمن والتنمية.

البعد السلوكي: ويعني إثارة الاستعدادات وبلورة الاتجاهات الايجابية وتطويرها الى سلوكيات تصبّ في تدعيم الثقافة الأمنية. [٢٢]

يزيد الإعلام الأمني من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا المجتمع الأمنية، وذلك من منطلق ان الإعلام يقرب وجهات النظر ويبني رأياً عاماً تجاه القضايا الأمنية بما يدعم من الوسائل المؤثرة والفاعلة في حياة الناس. ويسعى الإعلام الأمني الى

تحقيق الأمن والطمأنينة والسكينة، ويوفر قاعدة معلومات أمنية تضمن للرأي العام حقّ المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمني ذات الصلة بشؤون حياته. وكذلك، يهدف الإعلام الأمني الى توعية المواطنين بواجباتهم نحو اجراءات الحماية اللازمة للأرواح والممتلكات حتى لا يقعوا فريسة سهلة للنشاط الاجرامي. (٢٣)

وقد يتم استثمار العنف والخوف أحياناً بوصفهما عاملين مساعدين على تسريب الافكار الهدامة وزرعها في عقل الجمهور. لذا، فإن اجهزة الأمن قد تساهم في إثارة عوامل الرعب عندما يحصل الحدث الأمني واستخدام القوة حياله دون إعلان الأسباب والدوافع والنتائج. ويكمن الحل في إعلام أمني شفاف يأخذ بالحسبان سرية الأمن العسكري وسدّ ابواب الشائعات الهدامة بواسطة المعلومات وتعزيز مصداقية العمل الأمني من طريق مصداقية الإعلام الأمني. (٢٤)

رابعاً: الإعلام والرأي العام: مساهمة وتفاعل

يستلزم الرأي العام - بحكم طبيعته ومراحل تكوينه - اثارة الجمهور وتنبيهه وعادةً تكون الأزمات أو الأحداث البارزة بمثابة المثير أو المنبه، لكن من طريق دور فعال للاتصال الجماهيري، فكم من أحداث عظام وأزمات خانقة وقعت دون أن تثير أو تنبه الجمهور إمّا بسبب تجاهل وسائل الاتصال لها أو تقليل أهميتها وتناولها بوصفها غير ذات مغزى. وكم من أحداث عابرة ومشكلات يسيرة وأزمات معتادة ضخمتها وسائل الاتصال الجماهيري ونسجت حولها هالات من الجاذبية والبريق وصورتها في اشكال دراماتيكية مثيرة، بهدف اثارة الجمهور ودفعه الى الاهتمام وتكوين وجهات نظر متعلقة بشأنها. (٢٥)

وهنا يبرز دور الإعلام، بما يتصف به من قدرة فائقة على التأثير في افكار الناس وتوجّهاتهم السياسية والثقافية والسلوكية، يتيح للقوى المسيطرة على المؤسسات الإعلامية، ولا سيّما في المجتمعات الديمقراطية، أن تؤدّي دوراً خطيراً في توجيه الرأي العام وبلورة خياراته على نحوٍ يخدم مصالحها.. وهكذا أصبحت الحكومات مسؤولة، عملياً، أمام وسائل الإعلام الموجّهة للرأي العام، لا أمام الناخبين وممثّليهم في المجالس والهيئات الدستورية. كما خرج

الإعلام، أحياناً، عن مهمته الأصلية، في تعزيز الحياة الديمقراطية عبر تنوير الرأي العام بحقائق الأمور وخلفياتها والنتائج المترتبة عليها وممارسة دوره النقدي والرقابي على السلطات القائمة، ليصبح رهينة القوى المسيطرة على المؤسسات الإعلامية والتي لا تتردد في استعمال كل أساليب التضليل في تقديم المعلومات كلما وجدت ان مصلحتها تقتضي ذلك. (٢٦)

وقد صيغت نظرية وضع الأجندة Agenda Setting، إذ تصف هذه النظرية قدرة وسائل الإعلام على التأثير على بروز الموضوعات على أجندة الجمهور، إذ تشير الى انه عندما تركز وسائل الإعلام على موضوع ما، وتقوم بتغطيته بشكل مكثف ومستمر فإن الجمهور سوف يعدّ هذا الموضوع اكثر أهمية مقارنة بغيره من الموضوعات التي لا يتم تغطيتها. (٢٧)

خامساً: وسائل الإعلام: نقد للدور والوظائف

هناك من يرى أن وسائل الإعلام لها تأثير محدود جداً على اختيارات التصويت. وان الانتماء الحزبي، والخصائص الاقتصادية، والاتصالات الشخصية، لها تأثيرات أكبر. (٢٨)

ويرى بعضهم أن تأثير وسائل الإعلام الأكبر إنما يكون في إخبار الناس بالمعلومات، غير ان وسائل الإعلام أقل تأثيراً وفعالية في تغيير الاتجاهات وفي التأثير على السلوكيات. (٢٩)

وان الإعلام، حسب رأي بعض الباحثين، لم يقم بدور صحيح وفاعل في عرض وجهات النظر المختلفة في سوق حرة للأفكار، كما انه انحنى أمام ضغوط الشركات الكبرى وسمح للمعلنين ان يتحكموا في سياسات الإعلام وتوجهاته.

كما قام الإعلام بالتركيز على المضامين السطحية واثارة المشاعر والأحاسيس، فعرّض للمخاطر معنويات الشعب وقيمه. وغدت كثير من وسائل الإعلام مملوكة لفئة من أصحاب المصالح والمؤسسات التجارية، الذين أخذوا يمارسون احتكاراً على الافكار التي تصل للجماهير. (٣٠)

وفي هذا السياق، تُعدّ الوظيفة الاخبارية احدى أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في مختلف المجتمعات، ذلك انها تلبي حاجة بشرية أساسية وجدت مع الانسان منذ بدء الخليقة وهي: البحث عن الأخبار،

فالانسان بوصفه كائناً اتصالياً توّاقُ للتعرف على البيئة المحيطة به، ويحدوه شغف شديد لتلمس الأخبار، ومعرفة حقائق الأحداث التي تدور من حوله. (٣١)

لذلك، فقد تقوم وسائل الإعلام بتجريد العدو من شرعيته عبر تصنيف الجماعات الى فئات اجتماعية شديدة التطرف في السلبية، واستبعادها من الجماعات الانسانية لأنها تخرج على أعرافها، ولا تلتزم بمعاييرها، ولا تتفق مع توجهاتها. (٣٢)

وقد تسعى أحياناً وسائل الإعلام إلى تجريد العدو من الانسانية من طريق وصف الاعداء بأنهم ادنى مرتبة من الانسان، أو عبر النبذ والإبعاد، ووصفهم بأنهم معتدون على الاعراف الاجتماعية المحورية، مثل وصف الجماعات الخارجية بأنهم " قتلة " و" لصوص " و" فاسدون اخلاقياً ". (٣٣)

الخاتمة

يشمل الإعلام حيزاً واسعاً في استراتيجيات الدول السياسية والاقتصادية والعسكرية، متخذاً قوة ما يعرف بالبُعد الرابع تراتبياً الى جانب القوى الثلاث المألوفة في ركائز الدول، وهي الاقتصاد والعسكر والدبلوماسية.

صارت وسائل الإعلام جزءاً من حياتنا اليومية، تعبر عن آرائنا، وتشكل آراءنا وأفكارنا، تنقل تصرفاتنا وتنشئ لنا تصرفات جديدة وأفكاراً جديدة متلائمة مع العصر، وهي بهذا كلّه تنمّط أساليب حياتنا، ما يساعد على تقريب افراد الشعب الواحد أو المختلف وتقريب الدول والثقافات بعضها ببعض وتفاعلها وتعارفها. (٣٤)

ومن هنا، يتوجب على وسائل الإعلام أن تنشر الاحساس بالشخصية القومية بين الجماهير بدلاً من التركيز على الولاء للجماعة والمجتمع المحلي، لأن المبالغة في الولاء للمجتمعات المحلية والعشيرة والقبيلة من شأنه ان يكرس الاقليمية والطائفية. ومن ثَمّ التعصب والانغلاق. (٣٥)

ويفترض بالإعلام أن يعمد الى حشد التأييد للمواقف والأغراض السياسية التي تتعلق بالحكم والمعارضة ومحاولة التوفيق بين الاتجاهات المتعارضة.

Abstract

The media and communication are considered -regardless of it types -one of the most important instruments that affected the public opinion and directed the public opinion toward a specific political goal .

The role of the media is clear in different aspect of politics as in encouraging people for political participation, attending political activities and membership of political parties .

The relation between the media and politics strong, that relationship could be studied in many aspects as the factor of media impact on the public opinion, the political role of the media, the media contribution in supporting the political system and promoting the national unity .

الهوامش

(١) د. صالح الصقور، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة، عمان، ٢٠١٢، ص٣٠.

(٢) د. عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الجامعة، الشارقة، ٢٠١٢، ص٢٣٣.

(٣) د. مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت، ٢٠٠٥، ص٢٦٣.

(4) Dictionnaire Encyclope (عليه السلام) dique, Quillet, Paris, p. 3066 .

(5) Wright Charles: Mass Communication: A Sociological Perspective, Random Hause, New York, p. 11 .

(٦) د. اسكندر الديك ود. محمد مصطفى الأسعد، دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، المؤسسة الجامعية، بيروت، ١٩٩٣، ص٦٧. وهنا لابد من الإشارة إلى ما نصت عليه قرارات المؤتمر الدولي للسكان والتنمية، المنعقد في القاهرة، في البند ١١-٢١، عام ١٩٩٤من أنه - " ينبغي أن تستند أنشطة الإعلام والتثقيف والاتصال إلى احدث نتائج البحوث لتحديد الاحتياجات من المعلومات وانجح السبل المقبولة ثقافياً للوصول إلى الجمهور المقصود ".

(٧) د. هاني الرضا ود. رامز عمار، الرأي العام والإعلان والدعاية، المؤسسة الجامعية، بيروت، ١٩٩٨، ص١٠٢.

(٨) يفسر فيتو تانزي الشفافية على أنها: " التمييز بوضوح بين القطاع الحكومي وباقي القطاعات، وبموجبها تحدّد الأدوار السياسية والإدارية داخل الحكومة. وأن يتم بوضوح

وفق آلية يطلع عليها الجمهور، تحديد توزيع المسؤوليات بين مختلف مستويات الحكومة، وكذلك توزيعها بين كل من السلطة التنفيذية والقضائية ". Vito Tanzi, Directory of Puplic Finance Transparency Project Dc: International ,(washington Monetary Fund, 8 p. (1998. إضافة إلى ذلك، تؤدي منظمة الشفافية الدولية Transparency International، وهي " منظمة غير حكومية تكرس جهودها لدعم مساءلة الحكومات والحد من الفساد على المستويين الدولي والمحلي "، انظر: " The ,Transparency International 1998 Corruption Perceptions Index Transparency International and ," 19 ,Guttingen University website september 1998.

(٩) تقرير عن التنمية " ادارة حكم أفضل لأجل التنمية في الشرق الاوسط وشمال افريقيا "، البنك الدولي، ٢٠٠٤، ص٢٤٦.

(١٠) ميشال سماحة، محاضرات الموسم الثقافي لجامعة بيروت العربية، لعام ١٩٩٥، منشورات جامعة بيروت العربية، بيروت، ١٩٩٥، ص١٢.

(11) Fry and Felisa Gonzales Pew Hispanic , one in five and Growing Fast: Aprofile of Hispanic public School studies , August 26 ,2008 ,p. 15 .

(١٢) د. عبدالأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ٢٠٠٦، ص١١٨.

(13) Thomas L. McPhail, Global Communication Theories, Stakeholders, and Trends, second Edition, Ma, USA: Black well Publishing, 2006, p. 458 .

(١٤) د. كامل مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة، عمان، ٢٠١٣، ص١٨٢.

(15) Denis Wu Haoming, " Investigating the Determinance of International News flow: A Meta Analysis, " Gazette 60 (December 1998 ,(P. 512 .

(16) Lawrence Pintake, The New Arab Journalist, I. B. Tauris and co ltd, london, 2011, P. 46 .

(١٧) د. علي عواد، الإعلام والرأي، بيسان للنشر، بيروت، ٢٠٠٨، ص١١٢.

(18) Bernad Voyenne, la Presse dans la Socie(عليه السلام)te(عليه السلام) Contemporaine, A. Colin, Paris, 1971, P. 246 .

(١٩) د. مهند تهامي، وسؤدد الآلوسي، النظام الإعلامي العربي، دار اسامة، عمان، ٢٠١٢، ص٥١٠.

(٢٠) د. حامد قويسي، دراسات في الرأي العام، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص٥٧.

(21) B. Franklin, Packaging Politics Political Communications, In: Britain(عليه السلام)s Media

Democracy, Edward Arnold, New York, 1994, P. 21 .

(٢٢) د. الحارث حسن ود. غسان داني، علم النفس الأمني، الدار العربية للعلوم، بيروت، ٢٠٠٦، ص٢١٠.

(٢٣) بسام المشاقبة، الإعلام الأمني، دار أسامة، عمان، ٢٠١٢، ص١٨٢.

(٢٤) د. علي عواد، دراسات في إعلام الأزمات والحوار، دار المنهل اللبناني، بيروت، ٢٠١٢، ص١١٢.

(٢٥) د. عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٨٤، ص٢٥٥.

(٢٦) محمد عبيد، " الإعلام المرئي والمسموع "، في: مجلة دراسات لبنانية، وزارة الاعلام، بيروت، ربيع ١٩٩٦، العدد١، ص١٢٨.

(27) Mc Combs, Maxwell and Donald shaw. '' The Agenda Setting function of Mass Media '', Public opinion Quarterly. 36 (2): 176 .doi: 10. 1086/267990, 1972 .

(28) Lazarsfeld, Paul et al, The people(عليه السلام)s choice: How the voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign, New York, columbia university Press, 1948 .

(29) Graber, Doris and Dunaway, Johanna, Mass Media and American Politics, los Ageles, sage. 9th edition, 2014 .

(30) Siebert, Fred, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm, Four Theories of the Press, urbana, university of ILLinois Press, 1976, P. 79 .

(٣١) سامي الشريف، النشرات الاخبارية في الاذاعات العربية، المحتوى والشكل، دار الوزان، القاهرة، ١٩٨٩، ص١١.

(32) Miller, Arthur, " stereotyping: further Perspectives and Conclusions ". In: Miller, Arthur (Editor): In The Eye of The Beholder: A Contemporary Issusen stereotyping, New York, Prager publishers, 1982, p. 73 .

(٣٣) د. أيمن ندا، الرأي العام وقياساته، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠١٧، ص١٨١.

(٣٤) د. نسيم الخوري، فنون الإعلام والطاقة الاتصالية، دار المنهل اللبناني، بيروت، ٢٠٠٥، ص٢١٢.

(٣٥) د. محمد مهنا، مدخل الى الإعلام العربي في عالم متغير، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ٢٠٠٧، ص٦٤.