



العلاقة بين السياسة والاعلام

ا.م.د. طعمة محمد يوسف

جامعة الانبار – كلية القانون والعلوم السياسية

المستخلص

تعتبر ووسائل الاعلام من أهم مؤسسات التنشيف السياسي، نظرا للدور الذي تلعبه في تشكيل وتنميط الثقافة السياسية للأفراد وتدخلها في العملية التنموية يكمن في نشر نمط الثقافة السياسية المناسب والموافق للتوجه التنموي العام، وذلك على مستويات عدة معرفي ، نفساني وسلوكي. وان كانت التنمية تقوم على المشاركة العامة، فإن الاسهام الأكبر لوسائل الإعلام يكمن في تفعيلها للمشاركة السياسية والمطلوب لأجل ذلك استراتيجية محكمة تحدد في إطار مخططات العملية التنموية الشاملة.

كلمات مفتاحية: التأثير ، تدفق المعلومات السياسية ، الاعلام ، دور ، ثقافة سياسية

The Relationship Between Politics and Media

Ass.Pro.Dr.Tuama Mohammed Yousif

University of Anbar- College of Law & Political Science

Abstract

The media are the most important institutions of political culture. According to the important role that media take to shape and stereotype the political culture of individuals. it involves in the development process by spread appropriate style of political culture on several level such as knowledge and psychological level. The development process stands by public participation but the biggest contribution often by the media and to activate it for political participation. Therefore, it needs to a well-defined strategy that outlines the framework of the overall development process.

Keywords: politics , press , role , culture , influence , flow of information

المقدمة

ان الإعلام مهم جداً في العملية السياسية، فهناك ارتباط وثيق بينهما، فوسائل الإعلام هي الأداة التي عن طريقها يتم إيصال الرسائل السياسية للجماهير والترويج لأية مصطلحات سياسية تسعى الحكومات لجعلها ثقافة في الشارع، ولن تستطيع ذلك إلا من خلال العمل على استغلال الإعلام، خصوصاً الجديد، في ظل الثورة الإلكترونية والمعلوماتية التي نراها اليوم في وسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها، والتي أصبحت مؤثرة جداً وسريعة في نشر أية رسالة سياسية كانت أو غيرها، وبالتالي فإن السياسة ليس لها غنى عن الإعلام.

منذ أن ظهرت وسائل الإعلام بطابعها المعاصر ورجالها في صراع مع رجال السياسة، حتى وإن كان رجال الإعلام في أحيان كثيرة رجال سياسة، ويعود التناظر بين الفاعلين في المجالين إلى التداخل بين مجاليهما، وهو التداخل الذي قد يتحول إلى تجاذب، وصراع في بعض الأحيان.



وعلى المستوى المحلي فإن التجربة لم تختلف كثيراً؛ فقد ظل الإطار الحاكم للعلاقة بين الإعلاميين والسياسيين، في الغالب، هو التوتر، المشوب بشيء من عدم الثقة المتبادل. يمكن أن يقال إن وسائل الإعلام الحكومية ومن يديرونها في البلدان النامية، التي منها بلدنا، ظلت تابعة للسياسة، أو السياسيين، وهذا الأمر لا يكذب القاعدة العامة، وذلك لأمرين الأول أن من يديرون هذه المؤسسات لم يكونوا إعلاميين، ولم يدخلوها بهذه الصفة غالباً، وإنما هم سياسيون وصلوا إلى إدارة هذه المؤسسات بصفتهم سياسيين لتنفيذ برنامج سياسي معين.

والثاني أن الإعلاميين في هذه المؤسسات بقيت لديهم دائماً تحفظاتهم على التسييس المفرط للمنتوج الإعلامي، وكنا نجد أنفسنا في كل مرة أمام تعبير يكسر الصمت العام الذي يحيط بهذه الممارسة. كما أن هذه المؤسسات، بما فيها الإداريون السياسيون كانوا ينتهزون فرصة كل متنفس من الحرية للعودة إلى جذور الممارسة الصحفية، وأحياناً بسقوف عالية جداً.

اهمية البحث

يعد موضوع اثر السياسة على الاعلام من المواضيع الدقيقة والمهمة في دراسات العلوم السياسية فهذه القاعدة هامة للغاية لفهم طبيعة العلاقة بين السياسي والإعلامي؛ فالسياسة في أحد أبعادها المهمة هي خطاب موجه للجمهور، ولا يمكن بطبيعة الحال مخاطبة الجمهور عبر الاتصال الفردي، مهما كان اتساع وقت السياسي، وحجم انتشار أتباعه، وحملة رسالته. لذا يكون من الضروري استخدام الأداة الإعلامية، التقليدية والحديثة، للتواصل مع الجمهور، وإيصال الخطاب إليه، سواء كان على شكل ترويج لمشروع، كما يقع في الحملات الانتخابية، أو كان على شكل شرح سياسات ومواقف، أو الدفاع عن إجراءات كما يكون في الظروف العادية.

ويمكن القول؛ إنه لا إعلام بلا سياسة؛ فالعمل السياسي هو المادة الأولى للصحافة بمختلف توجهاتها، وذلك بسبب التأثير المباشر، والدور الذي تلعبه السياسة في حياة الجمهور، كما أن دور الصحافة الرقابي لا يمكن تصوره دون وجود عملية سياسية.

مشكلة البحث

- تتمثل مشكلة البحث في الاجابة على تساؤلات عديدة ابرزها :
- كيف يساهم الاعلام في التنمية الثقافية؟ ما تأثير الاعلام على القرار السياسي؟
- تأثير السياسة الانتخابية بوسائل الاعلام؟

منهجية البحث

وقد اتبعنا في هذه الدراسة منهج تحليلي وواقعي يقوم على استعراض النصوص القانونية محل البحث، ثم بيان الآراء الفقهية التي طرحت حولها ومناقشتها للتوصل الى الرأي الراجح بينها، فضلاً عن باستنباط الأحكام العامة للموضوع محاولين الوصول بعد ذلك إلى التعمق في بحث هذا الموضوع بدقة لوضع أفضل الحلول مقارنين كلما اقتضى الحال مع التشريعات العربية المقابلة.



خطة البحث

من أجل الاحاطة بموضوع البحث فقد ارتأينا دراسة هذا الموضوع في مبحثين خصصنا المبحث الاول لدراسة دور وسائل الاعلام في التنقيف السياسي ، وخصصنا الثاني لدراسة تأثير القرار السياسي والسياسة الانتخابية بوسائل الاعلام

المبحث الأول : دور وسائل الاعلام في التنقيف السياسي

تعتبر وسائل الإعلام واحدة من الأدوات الهامة في العملية التنموية، ومعلوم الارتباط بينها وبين الثقافة، ولهذا كان لوسائل الاعلام دورها في تنمية الثقافة السياسية من خلال تدخلها في التنقيف السياسي:

١ - وسائل الإعلام والتنشئة السياسية:

لفهم الثقافة السياسية فهما صحيحا لابد من التمييز في مورد عناصرها الثقافية، إنها ترد إلى عملية على غاية من الأهمية وهي التنشئة السياسية، تؤدّيها مؤسسات اجتماعية أهمها وسائل الاعلام، وهذا يعني أن وسائل الاعلام تتدخل في تشكيل الثقافة السياسية بأدائها لدورها في التنشئة السياسية، ويمكن التأكيد على ذلك بما ورد عن "روبين" Alin M. Rubin في تعريفه للتنشئة السياسية بأنها "عملية تطورية تتم عبر وسائل اجتماعية متعددة يكتسب بها الفرد معلومات ويك ون بها مواقف تمكنه من فهم الأشخاص والمؤسسات والأشياء الأخرى في البيئة السياسية"^(١).

ولقد أخذت وسائل الاعلام في السنوات الأخيرة أبعادا كثيرة في الحياة السياسية للمجتمعات مما دعم موقعها باعتبارها السلطة السياسية الرابعة. لقد كانت منذ وجودها رفيق السياسة والسياسيين لا لشيء إلا لأنها رفيقة الجماهير ومبتغى الأفراد والجماعات وعمادهم في حياتهم اليومية، وذلك ما جعل منها مصدرا من مصادر التنشئة السياسية ومحلا لانتقاء الحياة العامة بالحياة السياسية والشعب بالسلطة^(٢).

إن أهمية وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية في التنشئة السياسية تكمن في قوة تأثيرها على الأفراد والجماهير، ومن بين جوانب هذا التأثير نجدها تعمل على تراكم المكاسب الثقافية والمعارف والمعلومات السياسية، بناء المواقف السياسية، تعزيز المواقف والأفكار السابقة والتحفيز على المناقشة والحوار^(٣).

واعتبارا لهذه الحقائق التي جاءت نتيجة الدراسات الكثيرة التي أجريت حول العلاقة بين التنشئة السياسية ووسائل الإعلام، يتأكد الأثر المباشر الذي تحدثه الوسائل تلك في تنشئة الفرد سياسيا على مختلف مراحل عمره، كما أن بعض الدراسات الإمبريقية استخلصت احتلال وسائل الإعلام الريادة في عملية تحديث المجتمعات وبلورة ثقافة سياسية موحدة ، بل إن الباحث "نيل هولندر" (N. Hollander) يقول أن هذه الوسائل أصبحت تؤدي دور الوالدين التقليدي في عملية التنشئة السياسية المعاصرة^(٤).

٢ - مستويات تدخل وسائل الإعلام في تنمية الثقافة السياسية:

يحدد المختصون في الاتصال السياسي مستويات ثلاث لتدخل وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية وفي نفس الوقت هي تمثل الأبعاد الثلاث لتأثيرها في ترسيخ واستقرار الثقافة السياسية وهي :

أ. المستوى المعرفي :

ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية فوسائل الاتصال تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للفرد وتنمي ثقافته



السياسية المتعلقة بالقضايا والمؤسسات السياسية في مجتمعه وعن رجال السياسة أنفسهم، إنها تقدم المعلومات الضرورية والمتعلقة بالمتغيرات الأساسية للبيئة السياسية مثل النظام السياسي والقيم السياسية السائدة في المجتمع وكيفيات ممارسة السياسة من طرف الأشخاص أو المؤسسات^(٥).

ويخلص المختصون في الميدان إلى أن حدود المشاركة السياسية للأفراد تتوقف على كم وكيف المعلومات المقدمة لهم من طرف وسائل الإعلام، وتوضح الباحثة الأمريكية "جرير" (Dorisa Graber 1989) كيف تؤثر المعلومات السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام على السلوك السياسي والتفاعل بين المواطنين والحكومة، وتشير إلى أنه على وسائل الإعلام في المجتمعات التي تعتمد فيها الأنظمة السياسية على المشاركة الشعبية أو حيث يكون الشعب رقيقاً للحكومة، أن تقدم معلومات كافية وصحيحة للأفراد حتى يكون تفاعلهم ونشاطهم على مستوى يؤهلهم لأداء دورهم بالمشاركة السياسية^(٦).

ب - المستوى العاطفي:

ويقصد به مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الأفراد تجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية. ومعناه أن مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية يقود إلى مرحلة أخرى من مراحل التأثير وهي الاهتمام والرغبة في هذه القضايا ومتابعتها، وهذا التغير والانتقال من مرحلة إلى أخرى يؤثر ويتأثر بدوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام^(٧).

وخلصت جل الدراسات في الميدان مثال دراسة كل من "أتكين"، "جالواي" و"نيمان" (Atkin, Gallaway & Nyman /1986) (حول وسائل الإعلام وثقافة الناخب، ودراسة "جونسون" (Johnson Norris 1973) (حول التلفزيون والتنشئة السياسية، إلى أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وبين متغيري المعرفة السياسية والاهتمام بقضايا البيئة السياسية^(٨).

ج- المستوى السلوكي

وهو آخر وأهم مستويات التأثير في عملية التنشئة السياسية، ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية، إنه الترجمة الفعلية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية وما أنتجته هذه الأخيرة من مواقف واتجاهات تساعد على تشكيل أنماط سلوكية متعددة للمشاركة، بداية من طرح الأفكار ومناقشة الأحداث مع الآخرين إلى المشاركة الفعلية في مجرياتها، وهو ما يمثل قمة المشاركة في العملية السياسية، وتقيد نتائج الدراسات أنه كلما زاد تعرض الأفراد لوسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص كلما زادت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة السياسية المتاحة لهم^(٩).

ج- الاعلام ودوره في ترسيخ ثقافة المشاركة السياسية:

تحددت لنا وعبر المستويات الثلاث المذكورة للتدخل والتأثير، الأدوار المنوطة بوسائل الإعلام والأهداف المفترضة بها في إطار التنمية السياسية، وهي أساساً تنميث الثقافة السياسية بما يتماشى والعملية التنموية الشاملة، وتحديدًا عملها على ترسيخ عناصر الثقافة السياسية التشاركية، وهو ما يؤكد "صموئيل هنتنجتون" في كتاباته حيث يعتبر أن التنمية السياسية هي تنمية للمشاركة السياسية بالدرجة الأولى، ولذلك كان الانشغال كبيراً من قبل العلماء على أهمية وضرة عمل وسائل الاعلام على تحقيق المشاركة السياسية، وعلى اثر نتائج البحوث في هذا الاتجاه خلص بعض الباحثين وهم "ماكلود"، "باي" و"دو ا رل"



(49) Mclead, Bybee & Durall الى خمس وظائف يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام لتحقيق المشاركة السياسية لدى الجمهور وهي: تحفيز باعث المشاركة و تثقيف المواطن وتسهيل عملية صناعة القرار، وخاصة عند الانتخابات من خلال توضيح القضايا وتبسيط الأضواء على الشخصيات المؤثرة في الحياة السياسية، تحفيز المشاركة ذاتها، تعزيز الولاء لنظام أو اتجاه سياسي معين^(١٠).

المبحث الثاني تأثير القرار السياسي والسياسة الانتخابية بوسائل الإعلام

ينبغي لدراسة تأثير السياسة على الاعلام، ايضاح كيفية تأثير القرار السياسي بوسائل الاعلام، وكذلك ايضاح كيفية تأثير السياسة الانتخابية بوسائل الاعلام وهذا ما سنتولى دراسته في المطلبين الآتيين:

المطلب الأول: تأثير القرار السياسي بوسائل الاعلام

المطلب الثاني: تأثير السياسة الانتخابية بوسائل الاعلام

المطلب الأول: تأثير القرار السياسي بوسائل الاعلام

يعتبر الرأي العام مكونا من مكونات المجال السياسي الأمريكي مثله مثل المؤسسات السياسية وينظر للرأي العام في سياق صناعة القرار السياسي كعامل محدد في اتخاذ القرارات. وتعد الانتخابات والاقتراع شكلا من الأشكال التي يتحقق بها الرأي العام في العملية السياسية^(١١).

ويلعب الإعلام والإتصال دورا محوريا في تنوير الرأي العام وتوجيهه، وفي إقامة جسور التخابط وتبادل المعلومات والتواصل بين صناع القرار السياسي والرأي العام. وكان لروبرت داهل الفضل في التمييز بين التأثير والسلطة من خلال إقتراح نموذج الاتصالات لدراسة حجم تدفق المعلومات ومحتوى الرسائل ووسائل الاتصالات واستجابات البنى المعلوماتية. وينظر للعملية التواصلية بصورة عامة من منطلق التأثير في الرأي العام واتجاهات سياسة القرارات^(١٢).

لقد اهتم الأمريكيون منذ تأسيس الدولة الفيدرالية بدور وسائل الإعلام في توجيه الحياة السياسية، فقد شكلت الصحافة عشية وضع الدستور الفيدرالي منبرا رئيسيا للحوار والجدل السياسي وتنوير الرأي العام بالأفكار. فتحتم على السلطات الأمريكية العمل على إيجاد وسائل للتحكم بهذه الأداة القوية التي تخضع الشعوب بقوة الكلمة والصورة، لذلك تم التحكم في البنيات الاستراتيجية لوسائل الإعلام عبر القدرة على توظيفها وفق الحجم الكمي والنوعي والزمني والمجال البشري الذي يرغب صاحب الرسالة في تبليغها وفقه. ومن المعلوم أن التطور العددي والنوعي لوسائل الإعلام يجعل من المادة الإعلامية التي تنبأها عنصرها بالغ الأهمية ويتطلب قدرا من السرعة في الحصول على المعلومات وتوجيهها لمجالات البث المرغوبة بعد أن يتم انتقاؤها أو التحقق منها أو إعادة صياغتها^(١٣).

إن اتساع حجم التدفقات المعلوماتية الجديدة جعلت العملية الإعلامية بيد الأكثر قدرة على التحكم في مصادرها، وأهم من ذلك فإن أثار التحكم في المعلومات وتدفقاتها على العملية السياسية داخليا وخارجيا أصبحت على درجة كبيرة من التعقيد والخطورة^(١٤).

إن قوة امتلاك المعلومة وسلطة إخضاع الإعلام تجعل التأثير في الرأي العام عملية سهلة وهذا هو الأسلوب الذي تعتمد السياسة الأمريكية في تسبير القضايا الاستراتيجية كالحروب نتيجة تمركز المعلومات لدى المصادر العسكرية أو السياسية. وهو ما أشار إليه



دو غلاس كيلنر في كتابه حول "حرب الخليج" الذي عالج فيه سلوك المؤسسات الإعلامية قبل الحرب ضد العراق وأثناءها وبعدها وركز على أداء أربع من كبريات القنوات التلفزية ABC/ NBC/ CBS/ CNN؛ حيث قال «أن الصحافة والقنوات التلفزيونية كانت محتكرة من قبل نخبة السلطة فكانت بمثابة حلقة في سلسلة العملية السياسية، ولم تكن مستقلة أبداً»، كما أكد تيدي تيرنر مدير قناة CNN التي كانت لها سبق بث وقائع حرب الخليج بالقول «إن دور شبكة تلفزيون CNN لم يكن يقتصر على نقلها لأهم الأخبار وأكثرها إثارة ولكن لتأثيرها على عملية صناعة القرار، فقد تمكن من بث تغطية كاملة وشاملة لحرب الخليج، والانقلاب السوفيتي الفاشل، وجلسات التصديق في الكونغرس على تعيين القاضي الأسود كلارنس توماس، ومحاكمة وليام سميث كينيدي ابن شقيقة الرئيس الأمريكي جون كينيدي، والسيناتور إدوارد كينيدي الذي اتهم في جريمة اغتصاب وبراءته المحكمة، ومكن النقل المباشر عبر هذه القناة الرأي العام من متابعة الوقائع الحية لما يجري داخل جلسة مجلس الشيوخ أو قاعة المحكمة قبل النطق بالحكم». ويرى تيرنر أن دور التلفزيون هو كسر الحواجز الطبيعية والحواجز السياسية التي يضعها صناع القرار لممارسة العملية السياسية في الكواليس، لكن الرئيس نيكسون يخالف هذا الرأي معتبراً أنه «ينبغي على صناع القرار توخي القنوات الخفية بعيداً عن أضواء وسائل الإعلام المقتحمة». ويرى نيكسون أن السبب الرئيسي لفشل المفاوضات مع الاتحاد السوفيتي هي الاعتبارات الدعائية والنفسية التي يروجها الإعلام^(١٥).

هناك مستوى آخر للتأثير بالتدفق الإعلامي ووسائل الإعلام على القرار السياسي يتعلق بالسرعة والاستشارة والمسؤولية، إذ يلاحظ ماك برسون أن السرعة التي يتخذ بها القرارات السياسية الحديثة تؤدي إلى تقليص استشارة السلطات للرأي العام وحتى لدائرة المسؤولين أنفسهم، بينهما يظهر أن نتائج سرعة القرارات على عنصر المسؤولية أقل تأثيراً وهي تبقى خاضعة للرسائل والإمكانات التي يستخدمها صناع القرار لإتاحة المجال والفرصة للرأي العام^(١٦).

ويظل الرأي العام خاضعاً لمدى توظيف وسائل الإعلام والاتصال بصورة متوازنة داخل المجال السياسية كي تكون العملية السياسية أي القرار السياسي قد مر في شروط ملائمة للمعايير الديمقراطية؛ كالشفافية وحرية الرأي المخالف والاستشارة^(١٧).

المطلب الثاني: تأثير السياسة الانتخابية بوسائل الاعلام

لا تقتصر نزاهة وتنافسية العملية الانتخابية على سلامة صناديق الاقتراع أو إجراءات التصويت ولكن يلعب الإعلام دوراً مهماً في مجمل مراحل العملية الانتخابية، ويحدد نزاهة هذا الدور مستوى تنوع وتوازن التغطية الإعلامية للأطراف المتنافسة في الانتخابات، وحتى الناخبين في الإلمام بأفكار وبرامج المرشحين دون تدخل أو احتكار يفسد تنوع وتعددية الرسالة الإعلامية لا يوجد ما هو ملزم في إطار القانون الدولي لحقوق الإنسان بشأن الإجراءات التي يجب إتباعها لتنظيم دور الإعلام في الانتخابات، ولكن هناك ممارسات ومعايير تم استخلاصها من مبادئ قانونية ملزمة، هذه الممارسات والمعايير تطورت من خلال الممارسات الدولية والإقليمية إن دور الإعلام في الانتخابات محكوم بمبدأين في قانون حقوق الإنسان: مبدأ الانتخابات الحرة والمشاركة السياسية؛ مبدأ حرية الرأي والتعبير^(١٨).

هذان المبدأين من المبادئ الأساسية في جميع الوثائق والاتفاقيات الدولية والإقليمية لحقوق الإنسان. ومن واقع مختلف المعايير والممارسات الدولية والإقليمية للإعلام



والانتخابات فهناك مجموعة من المحددات الأساسية لدور الإعلام في تغطية الانتخابات يأتي في مقدمتها ضمان الحرية والتعددية الإعلامية، والتي تعني حماية الإعلام من تدخل وتعسف السلطة وكفالة الحق في إصدار وتملك وإدارة المؤسسات الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة، وتوافر مقومات استقلال المؤسسات الإعلامية المملوكة ملكية خاصة من حيث استقلال الإدارة والسياسات التحريرية وتمثيل هذه المؤسسات للمجتمع بكل تياراته السياسية والفكرية والدينية والعرقية. كما أن الإعلام الخاص مطالب بالالتزام بالمهنية والموضوعية واحترام حق الجمهور في المعرفة، وذلك من واقع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية مع وجود الحد الأدنى من الالتزامات القانونية وخاصة في مجال الإعلام المرئي والمسموع^(١٩).

وتقوم محدّدات دور الإعلام في الانتخابات على احترام مبدأ تكافؤ الفرص بين جميع المرشحين، والتزام وسائل الإعلام بتنقيف وتوعية الناخبين بمختلف مراحل وإجراءات العملية الانتخابية، وأن يشكل الإعلام فرصة للحوار العام الديمقراطي في المجتمع، وتوافر آليات مستقلة لمراقبة ومتابعة الأداء الإعلامي أثناء تغطية الانتخابات يكون لديها صلاحية تلقي الشكاوي من المرشحين، وتصحيح أي خلل أو انحرافات قد تنشأ في مدة الحملات الانتخابية. وتتوزع المسؤولية في هذا الإطار على اللجان الانتخابية والأجهزة المشرفة على الإعلام والقضاء والنقابات من خلال تطوير العمل بمواثيق الشرف الصحفي. إن افتقاد هذه المحددات يؤثر بالطبع على فعالية التغطية الإعلامية للانتخابات وينتقص من دورها في تنوير الناخبين بالعملية الانتخابية والمرشحين^(٢٠).

من أهم القواعد التي تحكم التغطية الإعلامية: التوصيات الصادرة عن اللجنة الوزارية لمجلس أوروبا التي أوصت الحكومات بدراسة السبل الكفيلة لضمان احترام مبادئ النزاهة والتوازن والحياد في تغطية الإعلام للحملات الانتخابية، وتبني تدابير لتطبيق هذه المبادئ في القوانين والممارسات الداخلية أينما تقتضي الحاجة وبما يتفق مع القانون الدستوري^(٢١).

كما صدر عن نفس اللجنة إعلان بشأن حرية الحوار السياسي في رسائل الإعلام. ووضعت اللجنة مجموعة من النقاط المحورية ك: حرية التعبير والإعلام من خلال وسائل الإعلام سواء بأراء سلبية ومعلومات انتقادية تتعلق بشخصيات سياسية...؛ حرية انتقاد الدولة أو المؤسسات العامة؛ حرية الرسوم الساخرة؛ سبل مقاضاة انتهاكات وسائل الإعلام^(٢٢). أما ميثاق الشرف حول الإعلام والانتخابات الصادر عن المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات “إيديا”، والذي يهدف إلى معالجة المجالات التي تتداخل مجموعات المعايير الأخلاقية الثلاثة فيها. فوسائل الإعلام تلعب دورا حيويا وحاسما في بعض الأحيان في العملية الانتخابية وتساعد على اتخاذ خيار حر مبني على معلومات. كما أن الإعلان الدولي حول المبادئ التي تحكم عمل الصحفيين الصادر عن الاتحاد الدولي للصحفيين يعتبر معيارا مهنيا لعمل الصحفي الذي يجمع وينقل ويوزع الأنباء والمعلومات المتعلقة بأحداث ويعلقون عليها^(٢٣).

يعتقد بعض الباحثين أن عصر التلفزيون قد اغتال العمل السياسي بأساليبه المعروفة منذ بدأت عهود الديمقراطية بعد الثورة الأمريكية والثورة الفرنسية أوائل القرن التاسع عشر، وراح الكثيرون يرددون أن التلفزيون أصبح صانعا للسياسة ويؤثر على فرص الاختيار الحر وعلى الحقيقة والوعي الجماعي^(٢٤).



كان الزعيم السوفيتي السابق لينين يقول «إن واجب السياسة أن تذهب إلى مواقع تجمع الجماهير لكي تظل على اتصال بها، مؤثرة على فكرها، متوصلة إلى تعبئتها». أما في الوقت الراهن فإن الجماهير لا تتجمع إلا نادرا في مكان ما، وأغلب الوقت تكون مشدودة إلى الشاشات؛ حيث لا اتصال ولا حوار وإنما مشاهدة تتوالى ويحل فيها الانطباع بديلا عن الإقناع^(٢٥).

وهنا تكون السياسة قد سقطت ضحية للتلفزيون لأسباب متعددة منها: إن التلفزيون بغلبة الصورة على الفكرة، وأسبقيه الانطباع على الإقناع، ونقل السياسة إلى عالم المسرح، ومعنى ذلك أن الرسالة السياسية أصبحت مصنوعة حسب مواصفات، يههما أكبر قدر من التأثير وليس أكبر قدر من الحقيقة^(٢٦).

ونتيجة لذلك فإن السياسة ومعها العملية الانتخابية على كافة المستويات الرئاسية أو السياسية أو التنفيذية، بل وحتى انتخابات هيئات المجتمع المدني وفيها الكونغرس وشيوخ ونواب وحكام الولايات وأعضاء المجالس المحلية التشريعية والنقابات المهنية والعمالية وحتى الأندية الرياضية، تحولت إلى عملية مكلفة تحتاج إلى تمويل كثيف يكفي لشراء وقت كاف لوضع الرسالة السياسية على الشاشة الأوسع انتشارا وبالتالي الأعلى. ويقدر على توفير الخبراء الأقدر بين المنتجين والمخرجين وخبراء الصورة والصوت إلى جانب الإنفاق على جيش جرار من مؤلفي القصص إلى كتاب السيناريوهات إلى المديريين إلى المخرجين إلى مهندسي المناظر وخبراء التجميل هذه الأجواء جعلت العملية السياسية مثلهمة باستمرار للمزيد من المال وذلك يدفعها إلى حيث توجد مصادره وهناك يكون عليها أن تباع أو ترهن قرارها عند المنبع^(٢٧).

شهد الولايات المتحدة الأمريكية إبان الحملات الانتخابية صراعا محمومًا بين وسائل الاعلام على امتلاك أكبر قدر من المعلومات حول المرشحين وآخر الأخبار عنهم، وعن تحركاتهم وزياراتهم وأرائهم، والأكثر أهمية عن حياتهم الخاصة وماضيهم، وخاصة النقط السوداء فيه فيعد سبقا صحفي يجلب نسب مشاهدة عالية. وهذا ما رأيناه في الانتخابات الأمريكية لسنة ٢٠٠٨ عندما نشر الإعلام خبر حمل ابنة المرشحة عن حزب الجمهوري لمنصب نائبة رئيس الجمهورية السيدة سارة بالين والذي ساهم كثيرا في تراجع الجمهور عن التصويت له الخاصة أن ابنتها مازالت مراهقة، وهو ما استهجنه المجتمع الأمريكي عامة والمحافظون منهما الذين يشكلون أغلبية أعضاء الحزب الجمهوري الداعم لها. الحال نفسه في حادثة بيل كلينتون ومونيكا لوينسكي وبولا جونز التي اتهم فيها الرئيس بقيامه بعلاقة غير شرعية مع متدربته في البيت الأبيض، وقد ساعد الإعلام في تضخيم الموضوع وتعويمه مما أضر بمصداقية الرئيس كلينتون أمام الشعب الأمريكي^(٢٨).

أما في انتخابات ٢٠١٦ فكان أكثر مرشح للرئاسة مثارا للجدل نجد الرئيس الأمريكي الحالي دونالد ترامب، الذي عرف بتصريحاته الغريبة والعنصرية والتي لا تمت للدبلوماسية وعلم السياسة من أي قبيل. هذه التصريحات المتطرفة وجدتها وسائل الاعلام وجبة دسمة تغذي بها برامجها الحوارية، مما رفع من نسب مشاهدته على التلفزيون الأمريكي وعلى الاعلام الالكتروني. فازدادت شعبيته إبان الانتخابات الرئاسية خاصة أمام هيلاري كلينتون المرشحة عن الحزب الديمقراطي المعروف عنها أسلوبها الحوارية والسياسي الحيادي. لقد استغل ترامب ضعف الإعلام نحو نشر الفضائح والآراء الغريبة واستعمل هذه النقطة لحشد المؤيدين اثناء الانتخابات الرئاسية مما ضمن انتخابه لرئاسة أقوى دولة في العالم. وهذا هو



حال الإعلام الأمريكي إبان الانتخابات يتسابق نحو التركيز على الفضائح ويهمل الاهتمام بالمصالح العامة للبلاد^(٢٩).

وبخصوص المؤتمرات القومية فلم تعد أمراً هاماً كما كانت في السابق؛ حيث كانت تعد حدثاً سياسياً مهماً يجتمع فيها زعماء الأحزاب مع بعضهم ويعقدون الاتفاقيات ويعدلون البرنامج السياسية ويسمون المرشحين ويغادرون بحزب موحد مهياً لمحاربة المعارضة. أما الآن فقد انخفضت التغطية الإعلامية لها - وتعامل الأحزاب المؤتمرات كدعايات تجارية متلفزة ضخمة للاستفادة من وقتهم المقلص على الشاشة، وتعرض الأحزاب مرشحيها في أن تحقق خطوة في الاستطلاعات قبل المؤتمر، ولكن إذا كان الحزب مقسماً أو عناصر الحزب غير شعبية فإن التغطية الإعلامية تكون نتائجها سلبية على الحزب وستسبب في هبوط المرشح في الاستطلاعات الشعبية^(٣٠) -

أما المناظرات الرئاسية فتعد إحدى النقاط الحاسمة في الحملات الرئاسية المعاصرة، وهي مناظرة بين المرشحين للرئاسة سواء اثنان أم ثلاث مرشحين. وتعد نسبة مشاهدة المناظرات عالية بين الأمريكيين رغم أنهم في الأغلب لا يصوتون. تم عقد أول مناظرات متلفزة خلال حملة ١٩٦٠ بين المرشحين ريتشارد نيكسون وجون كينيدي. وإحدى نتائج البحث المفاجئة في الدراسات عن المناظرات كانت أن الأشخاص الذين استمعوا إليها على المذيع قيموا أداء نيكسون بشكل إيجابي أكثر من الأشخاص الذين شاهدوها على التلفاز، وهذه دلالة على أن الصور المرئية كان لها تأثيرات مختلفة عن الكلمات التي كانت مرافقة لها. وتظهر الدراسات أن الأداء في المناظرات يمكن أن يؤدي إلى استمالة الناخب المتردد^(٣١).

وتعتمد وسائل الإعلام على تضخيم الصراع والتركيز عليه بين المرشحين، فهو يعد من أساسيات العمل الصحفي إبان الانتخابات الأمريكية. ففي كل مرة يدلي السياسيون بتعليق خلافي فإنهم يكونون واثقين من تغطية إعلامية لذلك. وفي الواقع فإن السياسيين الذين يميلون أكثر إلى التصريح بذلك النوع من الملاحظات المثيرة للجدل (مثل ترامب) يتوقعوا اهتماماً إعلامياً مستمراً^(٣٢).

الخاتمة

بعد الانتهاء من دراسة موضوع (اثر السياسة على الاعلام) نورد أهم النتائج والمقترحات التي توصلنا إليها في هذه الدراسة في النقاط الآتية :-

أولاً : النتائج

١. يتبين من خلال هذا البحث إن الإعلام عندما يتبع بالكامل للسياسي يفقد أهم أهدافه، وهو التأثير، لأن طبيعة السياسي أنه يخطئ ويصيب، ويرغب عادة في تقديم نفسه دائماً في صورة ناصعة، نظراً لحساسيته تجاه نظرة الجمهور إليه.
٢. يتبين من خلال هذه الدراسة أن أدواراً مثل الإسهام في محاربة الفساد، وتعزيز اللحمة الوطنية، وتعزيز قيم المواطنة، وتوسيع دائرة الحريات العامة، لا يمكن أن تمارس في المجتمع دون إعلام مستقل، وموضوعي، لكن هذا الإعلام لا يمكن أن يمارسها بمعزل عن بقية مكونات المشروع الوطني الجامع، ودون تفاعل ثري معها.



٣. يتبين من خلال البحث ان من يديرون وسائل الاعلام الحكومية لم يكونوا إعلاميين، ولم يدخلوها بهذه الصفة غالباً، وإنما هم سياسيون وصلوا إلى إدارة هذه المؤسسات بصفتهن سياسيين لتنفيذ برنامج سياسي معين.

٤. يتبين من خلال هذا البحث أن السياسة تحتاج إلى إعلام يعبر عنها وينقل للمتلقي بقوة وجهة نظرها. تريد منه أن يساعدها بكل ما يستطيع في استمالة الرأي العام وحشدتهم خلفها.

ثانياً : المقترحات

١. نوصي باتباع استراتيجية إعلامية وطنية تخرجه من الدوران في دائرة مفرغة من التبعية المطلقة من جهة، أو المعارضة العدمية من جهة أخرى. وليس هناك شك في أن ثمة مؤسسات إعلامية وطنية تحاول تلمس هذا الطريق، ولكنها، تفتقد إلى مثل هذه الرؤية الاستراتيجية الكلية، وكثيراً ما تنجرف إلى أحد طرفي المعادلة. إضافة إلى أن هذه المؤسسات قليلة إذا ما قورنت بالعدد الوافر الفاقد للبوصلية.

٢. نوصي المؤسسات الإعلامية بخلق علام صادق وصحافة شفافة لأننا نعيش في زمن ملبد بالحقائق غير المكتملة والملوثة. فبدون التخلص من جرعات المبالغة السياسية والإعلامية الزائدة يصعب الوصول إلى صورة دقيقة وواضحة. فنصف ما تقدمه السياسة ويطرحة الإعلام مليء بالمبالغة أما النصف الآخر فيحتاج إلى مزيد من التحري والتدقيق

الإحالات

- (١) بيسوني: دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات ، دراسة تطبيقية على صانعي القرارات في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة: كلية الإعلام، فبراير، القاهرة ، ١٩٩١، ص ١٨.
- (٢) صادق الاسود :الرأي العام والإعلام ، مطبعة التوجيه المعنوي، بغداد ، ١٩٩٠، ص ١٢.
- (٣) حليم بركات: المجتمع العربي المعاصر ، ط ٣ ، القاهرة ، ١٩٨٦، ص ٣٢٣.
- (٤) فيليب برو: علم الاجتماع السياسي، ترجمة: محمد عرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، ١٩٩٨ ، ص ٩.
- (٥) جابريل أُموند و ينغهام باول: السياسة المقارنة دراسات في النظم السياسية المقارنة، ترجمة: علي أحمد عناني، مكتبة الوعي العربي، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٨٤.
- (٦) جورج روبرتس و أَلستر ادواردس، المعجم الحديث للتحليل السياسي، ترجمة: سمير عبد الرحيم الجبلي ، الدار العربية للموسوعات، ط ١، بيروت، لبنان، ١٩٩٩، ص ٣٣.
- (٧) عبد الهادي الجوهري: دراسات في علم الاجتماع السياسي، زهرة الشرق، القاهرة، ١٩٨٤، ص ١٢٩.
- (٨) علي الدين هلال، نحو إطار نظري لتحليل عملية التنمية السياسية، الهيئة العامة للكتاب، الإسكندرية ، ١٩٧٨ ، ص ٩٤.
- (٩) محمد بن مسعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، ط ٩، مكتبة العبيدات، الرياض، ١٩٩٧، ص ١٣١.
- (١٠) قزداري حياة: الصحافة والسياسة أو الثقافة السياسية والممارسة الاعلامية في الجزائر، طاكسيج كوم الخرايسية، الجزائر ، ٢٠٠٨ . ص ٥٠.
- (١١) عبده، عزيزة: الإعلام السياسي في الصحف المصرية اليومية و دوره في تشكيل لرأي العام، رسالة دكتوراه، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٥.
- (١٢) حليم بركات، مصدر سابق، ص ٥٣.
- (١٣) عبد الحميد، محمد :نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب ، القاهرة، ١٩٩٧، ص ٢٢.



- (١٤) صادق الاسود ، مصدر سابق، ص ٣٤.
- (١٥) عبده، عزيزة: الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٩.
- (١٦) عجوة، علي: الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٢.
- (١٧) عسيري، علي بن عبد الله: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت ،، ط ١٩، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ، ٢٠٠٤ ، ص ٤١.
- (١٨) عبدة عزيزة ، مصدر سابق، ص ٤٦.
- (١٩) محمد، محمد علي: أصول الاجتماع السياسي، الجزء الثالث، التغير والتنمية السياسية ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٥، ص ٥١.
- (٢٠) عبد الهادي الجوهري ، مصدر سابق، ص ٣٧.
- (٢١) أبو شمالة، أيمن: دور برامج التلفزيون الفلسطيني في تنمية الثقافة و السياسة من منظور طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة " رسالة ماجستير ، كلية التربية والبرنامج المشترك، غزة، جامعة الأقصى، فلسطين ، ٢٠٠٤ ، ص ١٧.
- (٢٢) عسيري علي عبد الله ، مصدر سابق، ص ٣٢.
- (٢٣) الزيات، السيد عبد الحليم: التحديث السياسي في المجتمع المصري ، دار المعرفة الجامعية ، مصدر ، ١٩٩٠، ص ٢٠.
- (٢٤) محمد بن مسعود البشر، مصدر سابق ، ص ٤١.
- (٢٥) هديل: الشباب والمشاركة السياسية، معهد دراسات التنمية، غزة ، ٢٠٠٤ ، ص ١٤.
- (٢٦) محمد، شطاح : دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة، ١٩٩٠، ص ١٦.
- (٢٧) محمد بن مسعود البشر، مصدر سابق، ص ٨٣.
- (٢٨) عبد الحميد محمد ، مصدر سابق، ص ٨١.
- (٢٩) شيماء بلونيس ، دور وسائل الاعلام والاتصال الجديدة في التغيير السياسي ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي ، الجزائر ، ٢٠١٥ ، ص ١٩.
- (٣٠) عجوة، علي، مصدر سابق، ص ٢٤.
- (٣١) الزبيدي، منذر صالح جاسم، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط ١، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠١٣ ، ص ١٤.
- (٣٢) جابر يال ألموند و ينغهام بأول ، مصدر سابق، ص ٤٦.