جامعة عمار ثليجي – الأغواط –

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

دور وسائل الاعلام في التنمية السياسية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص: إدارة موارد بشرية

إعداد الطالبة:

بوصبيع مريم

إشراف الأستاذ:

د. العياشي قرطي

السنة الجامعية: 2023-2024

جامعة عمار ثليجي – الأغواط –

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

دور وسائل الاعلام في التنمية السياسية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص: إدارة موارد بشرية

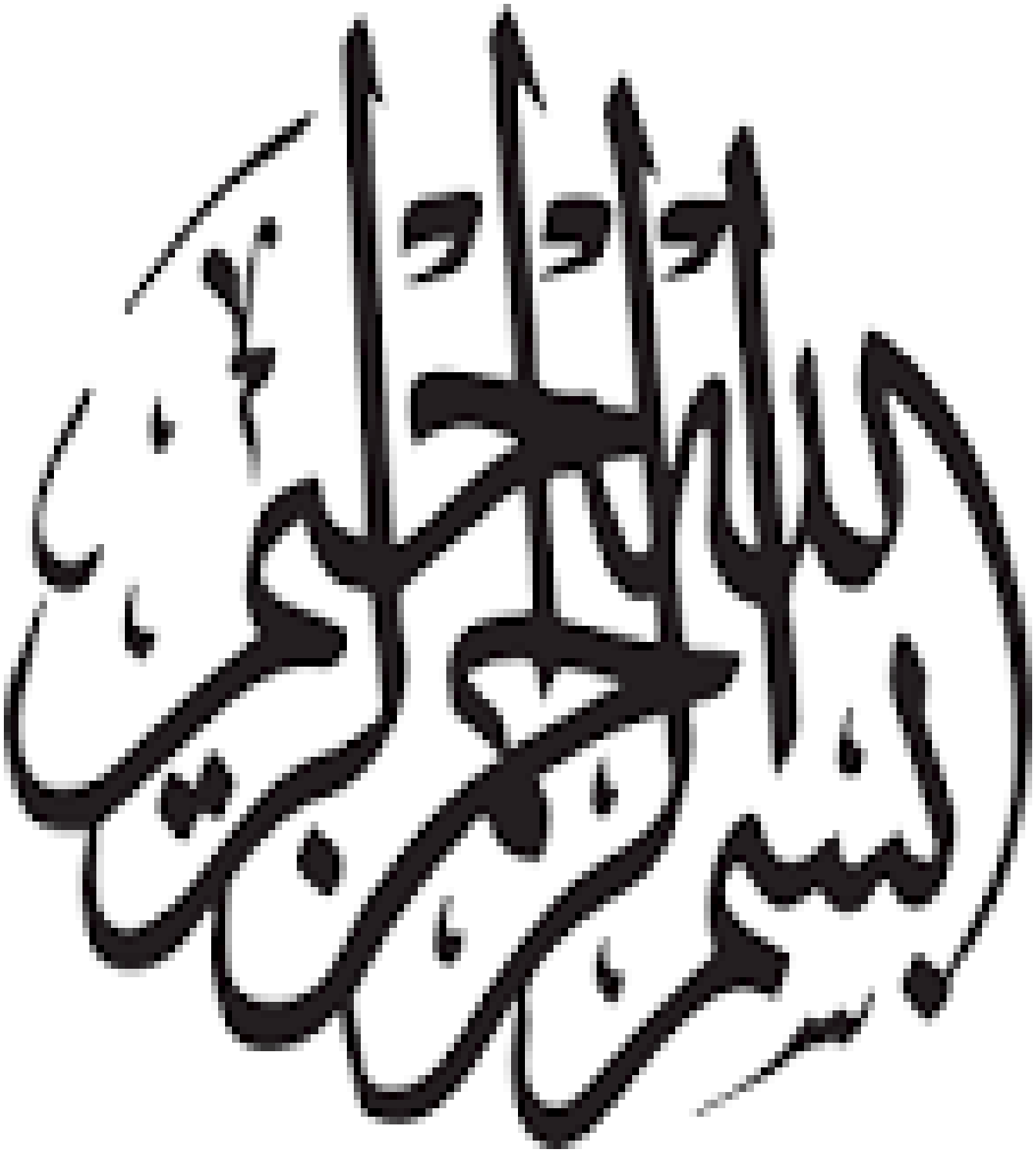
إعداد الطالبة:

بوصبيع مريم

إشراف الأستاذ:

د. العياشي قرطي

السنة الجامعية: 2023-2024



شكر وعرفان

نحمد الله العلي القدير على منه وفضله على ان وفقنا في اعداد هذه المذكرة ومصداقا لقوله سبحانه وتعالى (من شكر فانما يشكر لنفسه)

وقال رسول الله ﷺ (من لم يشكر الناس لم يشكر الله)

ومن هذا المنبر اوجه بخالص تشكراتي وامتناني بجزيل الشكر واعترافا بالجميل الي الاستاذ المشرف " قرطي العياشي " الذي لم يبخل في منحنا الزاد المعرفي والتشجيع خلال هذه الدراسة ، والاستفادة من هذا الموضوع فضلا عن ثقته الكبيرة فينا .

الشكر موصول الى كافة اساتذتي كل باسمه على مختلف المجهودات المبذولة في مشوارنا الدراسي والشكر موصول ايضا الى كل من كان له الفضل في افادتنا لو بمعلومة صغيرة في هذه المذكرة .

اهداء

اهدي ثمرة جهدي الى التي وهبتني للوجود ووضعت جنة الرحمان تحت اقدامها الى أمي الغالية عائشة رعاها الله

الى من علمني حب العلم ورسم لي طريقا لأسلكه بنور رضاه الذي أتمنى أن يدوم لي سندا في الحياة الى أبي العزيز مخطار حفظه الله

الى رفيق دربي زوجي الغالي علي

الى كل إخوتي وأخواتي وأزواجهم وأولادهم

وكل عائلتي الكريمة

فهرس المحتوى

شكر وعرفان

الاهداء

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
مقدمة	أ – ب
أولا – أهمية الدراسة	ب–ج
ثانيا – أهداف الدراسة	ج
ثالثا – أسباب اختيار الدراسة	ج–د
رابعا – أدبيات الدراسة	د–هـ–و–ز
خامسا –إشكالية الدراسة	ز
سادسا – الأسئلة الفرعية	ح
سابعا – فرضيات الدراسة	ح
ثامنا – منهجية الدراسة	ي–ك–ل–م
تاسعا – صعوبات الدراسة	م
عاشرا – تقسيم الدراسة	م–ن
الفصل الأول الإطار المفاهيمي للدراسة	
تمهيد	17

المبحث الأول: مفهوم وسائل الاعلام	18
▪ المطلب الأول: نشأة وتطور وسائل الاعلام	18
▪ المطلب الثاني: تعريف وسائل الإعلام	20
▪ المطلب الثالث: أنواع وسائل الاعلام وأهدافها	22
▪ المطلب الرابع: آليات وسائل الإعلام	28
المبحث الثاني: مفهوم التنمية السياسية	31
▪ المطلب الأول: تعريف التنمية السياسية	31
▪ المطلب الثاني: مؤشرات التنمية السياسية	33
▪ المطلب الثالث: آليات التنمية السياسية	34
▪ المطلب الرابع: أهداف التنمية السياسية	36
خلاصة الفصل الأول	38
الفصل الثاني: إشكالية العلاقة بين وسائل الاعلام والتنمية السياسية	
تمهيد	40
المبحث الأول: أهم النظريات المفسرة لتأثير وسائل الاعلام للتنمية السياسية	41
▪ المطلب الأول: وظائف وسائل الاعلام	41
▪ المطلب الثاني: النظرية السلطوية والنظرية الشيوعية	43
▪ المطلب الثالث: نظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية الليبرالية	52
المبحث الثاني: علاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية في أنظمة الحكم المختلفة	63
▪ المطلب الأول: علاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية في الأنظمة الديمقراطية.	63
▪ المطلب الثاني: علاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية في الأنظمة غير الديمقراطية	68
▪ المطلب الثالث: تحديات الاعلام والتنمية السياسية في ظل العولمة	69

خلاصة الفصل الثاني	74
الفصل الثالث: تأثير وسائل الاعلام في التنمية السياسية	
تمهيد	76
المبحث الأول: دور وسائل الاعلام في الثقافة والتنشئة السياسية	77
▪ المطلب الأول: مفهوم الثقافة السياسية	77
▪ المطلب الثاني: مفهوم التنشئة السياسية	81
▪ المطلب الثالث: دور وسائل الاعلام في تنمية ثقافة المواطنة	88
▪ المطلب الرابع: آليات وسائل الاعلام في تنشئة الفرد سياسيا	93
المبحث الثاني: وسائل الاعلام وتأثيرها في تشكيل الرأي العام وصنع القرار	98
▪ المطلب الأول: مفهوم الر أي العام	98
▪ المطلب الثاني: مفهوم صنع القرار	105
▪ المطلب الثالث: تأثير وسائل الاعلام على الر أي العام وتوجيهه	111
▪ المطلب الرابع: الاعلام واستراتجية صنع القرار السياسي	116
المبحث الثالث: دور وسائل الاعلام في المشاركة السياسية	121
▪ المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية	121
▪ المطلب الثاني: الانخراط في العملية السياسية والمشاركة فالانتخابات	126
▪ المطلب الثالث: تأثير التغطية الاعلامية على صانعي السياسية وتأطير القيادة	128
خلاصة الفصل الثالث	133
الخاتمة	135
خلاصة واستنتاجات	136
قائمة المراجع	138

ملخص الدراسة	

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الإعلام ظاهرة اجتماعية قديمة نشأت منذ أقدم العصور و بدأت في الانتقال و التطور الى أن وصلت الى الشكل الذي هي عليه اليوم في عصرنا الحالي، حيث شهدت وسائل الإعلام تطورا باهرا خاصة مع التقدم العلمي و التكنولوجي الذي شهده العالم منذ الثورة الصناعية ، إذ ظهرت أنواع عديدة من هذه الوسائل نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر (التلفزيون، الإذاعة، الجرائد، الأقمار الصناعية ...) حيث ساهمت كل هذه الوسائل في إحداث تغيرات اجتماعية ثقافية اقتصادية و سياسية.

تلعب وسائل الاعلام دورا رئيسيا و فاعلا في التنمية السياسية في المجتمعات المختلفة فهي دعم حقيقي و أداة فعالة للتغير، إن الاعلام المنتج يؤثر في المحيط و يساهم في التنمية الثقافية و الاقتصادية و الاجتماعية كما انه يساهم في التنمية السياسية، و هذا التأثير يكون بالتواصل مع الجمهور عبر مراقبة القوى السياسية في ممارسة ادوارها ضمن مسيرة بنائه لثقافة المجتمع السياسية باعتباره أهم مؤسسات التثقيف السياسي .

كما أن للإعلام دورا مهما في تشكيل الثقافة السياسية حيث يتزايد اعتماد الافراد على وسائل الاعلام الجماهيرية للحصول على المعلومات لمساعدتهم على اتخاذ القرارات، كما ثبت أن بعض فئات المجتمع تعتمد بنسبة كبيرة من معلوماتها على وسائل الاعلام مع اختلاف هذه النسبة من دولة الى أخرى و من المدينة الى القرية.

تشكل وسائل الاعلام أهم مصدر من مصادر التنمية السياسية عند الافراد فهي تعد كمؤسسات ثقافية فاعلة تساهم في صياغة موقف الرأي العام المتوافق مع الطبيعة الثقافية للمجتمع و بلورة اتجاهاته و قيمه و معارفه السياسية و تحديد وجهة تفكيره السياسي.

يشير مصطلح التنشئة السياسية إلى عملية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافة السياسية

المنحرفة في المجتمع، وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة التخلف إلى التقدم.

تحاول الأنظمة السياسية أن تؤثر في التنشئة السياسية للفرد من خلال استهداف أفكاره عن طريق غرس معلومات وقيم وممارسات يستطيع من خلالها تكوين مواقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه السياسي، وبما أن التنمية السياسية هي عملية تأهيلية وتعليمية وتثقيفية يخضع لها الفرد من أجل تفعيل دوره في المجتمع، لذا ينبغي أن تتحمل وسائل الإعلام جزءا كبيرة من مسؤولية التنمية السياسية للفرد، حيث يكتسب من خلالها الشباب السلوكيات والمواقف السياسية المختلفة، وتنتقل من خلالها الأعراف والسلوكيات المقبولة في نظر نظام سياسي ما من جيل إلى جيل آخر.

أولا – أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي :

الأهمية العلمية :

- أهمية موضوع التنمية السياسية في ميدان العلوم السياسية.
- ضبط المفاهيم المتعلقة بالتنمية السياسية ودور وسائل الاعلام في تعزيزها.
- محدودية الدراسات التي تناولت دور وسائل الاعلام في التنمية السياسية للأفراد.
- إن موضوع التنمية السياسية من أكثر المواضيع إثارة للنقاش في المرحلة الراهنة وخصوصا في ظل تطور الأحداث في الساحة السياسية المحلية والإقليمية والدولية.

الأهمية العملية:

- تفيد هذه الدراسة الطلبة والباحثين في مجال الاعلام والاتصال ومجال العلوم السياسية و الاجتماعية من خلال اعتمادنا على متغيرات تمس هذه المجالات.

– التطور الهائل والمستمر لوسائل الاعلام وما لها من تأثيرات على تشكيل اتجاهات وسلوكيات الأفراد السياسية.

– اظهار أهمية الدراسة من خلال تأثير وسائل الاعلام في تفعيل الإتصال السياسي للمترشحين في الانتخابات.

ثانيا – أهداف الدراسة:

– التعرف على مصطلح التنمية السياسية وعلاقته بالمفاهيم المشابهة كالتنشئة والمشاركة والثقافة السياسية و الرأي العام وصنع القرار.

– ايضاح العلاقة العضوية و معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في التنمية السياسية للأفراد.

– الوقوف على دور الإعلام الجديد كأداة للتنمية السياسية.

– معرفة كيفية تأثير وسائل الإعلام في التنمية السياسية في أنظمة الحكم الديمقراطية وغير الديمقراطية.

– توضيح إستراتجية وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام وتوجيهه.

– إكتشاف آليات وسائل الإعلام في تنمية المشاركة السياسية لدى الأفراد.

– الوقوف على دور وسائل الإعلام في كيفية تعزيز عملية صنع القرار السياسي.

– محاولة كشف وتوضيح المسار الأمثل للفرد لدمجه في الحياة السياسية لدى الفرد والمجتمع.

ثالثا – أسباب اختيار الدراسة:

هناك جملة من الاسباب الذاتية والموضوعية أدت بنا الى اختيار الموضوع نذكر منها:

الأسباب الذاتية :

- الرغبة و الميول الشخصية وحب مجال الاعلام .

- توسيع المعرفة العلمية المتعلقة بالموضوع في اطار التخصص في الحقل السياسي .

- ملاحظتنا لنقص الاهتمام والتوعية بالجانب السياسي من طرف مختلف وسائل الاعلام.

الأسباب الموضوعية:

- أهمية التنمية والتثقيف السياسي بالنسبة للفرد والمجتمع.

- نقص الدراسات العلمية المختصة التي تربط بين موضوعي وسائل الاعلام والتنمية السياسية.

- أهمية وسائل الاعلام في مساعدة الفرد على تنشئته السياسية السليمة.

- ظهور تكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة التي ساهمت في تغيير تفكير الأفراد وفتحت المجال لتعرفهم على كل ما يحدث حولهم من أحداث وتطورات سياسية.

- حاجة الفرد لمعرفة حقوقه وواجباته السياسية ليكون مواطن فعال ويتمكن من المشاركة السياسية.

رابعا –الدراسات السابقة:

الدراسات الأجنبية :

<u>الدراسة الأولى</u>: دراسة لأن وروبرت بعنوان تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية عبارة عن مقال ، إستهدفت هذه الدراسة التعرف على دور وسائل الاعلام في حث الأفراد على المشاركة السياسية، توصلت الدراسة الى وجود علاقة طردية قوية بين التعرض لوسائل الاعلام والمشاركة السياسية خصوصا صنع القرار السياسي، فالتعرض لوسائل يعد حافزا قويا لكل شكل

من أشكال المشاركة السياسية، وتأتي دراستنا لتبين أن المشاركة السياسية تعتبر طريق ومنهج ومؤشر نقيس به مدى نجاح دور الإعلام في تحقيق التنمية السياسية للأفراد.

الدراسة الثانية: دراسة لDennis and Kraus Sidney بعنوان تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي، توصلت الدراسة إلى أن لوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة تأثيرا كبير على المواطنين الأمريكين في ما يتعلق بقرار التصويت في الإنتخابات وأن التلفزيون يأتي في مقدمة الوسائل المؤثرة في قرار التصويت، حيث أبرزت الدراسة أن دور التلفزيون يأتي في توجيه الرأي يأتي في توجيه الرأي العام السياسي، أما دراستنا تتناول مختلف القنوات و الوسائل الاعلامية المكتوبة منها و السمعي و البصري وكيفية مساهمتها في التنمية السياسية للأفراد.

الدراسات العربية :

الدراسة الأولى: بعنوان دور وسائل الاعلام المحلية و المرئية و المسموعة في التنشئة السياسية لشباب فلسطين قطاع غزة للطالبة نيفين محمد أبو هربيد و المتضمنة رسالة ماجستير في العلوم السياسية جامعة الأزهر–غزة، و التي انطلقت من اشكالية ما دور وسائل الاعلام المحلية و المرئية و المسموعة في التنشئة السياسية لشباب فلسطين قطاع غزة ، هدفت هذه الدراسة الى معرفة طبيعة الدور الذي قامت به وسائل الاعلام الفلسطينية في قطاع غزة في التنشئة السياسية ومعرفة مدى تأثيرها على الشباب الفلسطيني بطبيعة الانتماء الحزبي وانعكاساتها على الفرد والمجتمع ، كما استخدمت عينة مكونة من 300فرد تم اختيارهم من كل محافظات غزة ، تم استعمال المنهج الوصفي ودراسة حالة وتحليل مضمون والمنهج التاريخي عن طريق جمع معلومات و تحليلها و تقديم استنتاجات لهذه الدراسة نتيجة لمعلومات الاستبيان، توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج أهمها : – نسبة متابعة الأفراد لوسائل الاعلام متباينة – حصول الوسائل الاعلامية الحزبية على نسب متابعة أكبر عن المستقلة – توصلت وسائل المحلية الى كشف جرائم الاحتلال الاسرائيلي – استطاعت خدمة القضية

الفلسطينية وكان لها دور أقل فاعلية كما أن البعض يرى أن وسائل الاعلام كان بعضها احيا وسائل بث الاشاعة والتقليل وتزييف الحقائق، تمت الاستفادة من هذه الدراسة من الناحية المنهجية المستخدمة والمعلومات التي تخص المتغيريين في الجانب النظري وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا كونها تطرقت لدراسة حالة أما نحن اعتمدنا على الجانب التطبيقي .

الدراسة الثانية: دراسة ل عبد الرحمان عناد بعنوان "العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية واستخدام وسائل الإعلام مصادر الأخبار والمعلومات" عبارة عن مقال، هدفت الدراسة إلى إمكانية الإعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات و الأخبار، توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين إستخدام وسائل الإعلام سواء المرئية أو المطبوعة وزيادة المعرفة السياسية أسهم في زيادة معرفتهم بكثير من القضايا السياسية سواء المحلية أو الدولية، حيث تقف هذه الدراسة على واقع إتجاهات وميول الأفراد إلى إستخدام وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي الظاهرة الإعلامية على مستوى الجزء والمتمثل في الأفراد ودرجة تأثرهم بما تقدمه هذه الوسائل، أما دراستنا فتناولت دور وسائل الاعلام المختلفة في التنمية السياسية للأفراد والقادة صناع القرار السياسي.

الدراسات الجزائرية :

الدراسة الأولى: بعنوان دور التنمية السياسية في التحول الديمقراطي دراسة حالة الجزائر للطالبتين بن الطيرش دليلة و وذناني سمية و المتضمنة مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية تخصص ادارة موارد بشرية من جامعة عمار ثليجي الأغواط–الجزائر، والتي انطلقت من اشكالية مفادها الى أي مدى يمكن أن تساهم عملية التنمية السياسية في تجسيد التحول الديمقراطي؟وماهو واقع ذلك في التجربة الجزائرية ؟ وثلاث فرضيات جاءت على النحو التالي–تعتبر التنمية السياسية عملية تهدف الى تحقيق بعض التحولات أو التغيرات في كافة الجوانب السياسية –ان الانتقال من الحكم اللاديمقراطي الى حكم ديمقراطي لا يفترض وجود تداول سلمي على السلطة – تجسيد الديمقراطية في الجزائر يتوقف على مدى وجود تنمية

سياسية حقيقية .حيث احتوت هذه الدراسة على ثلاث فصول الاول الطار مفاهيمي لتنمية السياسية و الثاني ماهية التحول الديمقراطي أما الثالث فقد عالج قضية تجربة التنمية السياسية ودورها في التحول الديمقراطي ، بعتمادها على عدة مناهج منها الوصفي والتاريخي ومنهج دراسة حالة وتحليل المضمون توصلت الباحثة الى عدة نتائج أهمها ان التنمية السياسية جسدت روح المواطنة والولاء والمشاركة السياسية واصلاح البرنامج السياسي وان الدولة الجزائرية شهدت مسيرتها تطورات سياسية تضمنت اصلاحات سياسية هامة وأن الرهان الأساسي هو توفير ارادة سياسية جادة لدى النخبة الحاكمة للانخراط الجاد والفعلي لاصلاح العديد من اوجه الممارسات السياسية المترهلة في الوقت الراهن و تختلف هذه الدراسة عن دراستنا كون المتغيران مختلفان ودراستنا نظرية أما دراستها فتضمنت دراسة حالة الجزائر.

خامسا- **إشكالية الدراسة:**

يعتبر العصر الحالي عصر وسائل الاعلام والتكنولوجيا التي أصبحت بمثابة قوة وسلطة مثلها مثل القوة العسكرية والاقتصادية تتحكم وتقرر مصائر شعوب ودول، من شأنها أن تشن حروب وتنهيها، وأضحت الرسائل الاعلامية تحاصرنا وتعايشنا حيثما نكون مع اختلاف مضامينها مما جعل لزاما على الباحثين في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والنفسية والاعلامية أن يبحثو في تأثير وسائل الاعلام الجماهيرية لخلق حالة من التفاعل بين الرأي العام وقرارات السلطة السياسية وبات الأجدر بها ان تسعى جاهدة من أجل الامن القومي والسياسي واحداث تغيرات في المجتمع بطريقة تضمن حقوق جميع الأطراف، مما أدى بالشعوب الى الاعتماد الكلي على وسائل الاعلام في معرفة الأخبار والتطورات السياسية خصوصا في الوقت الراهن وفي ظل تسارع الأحداث التي قلبت كل الموازين ، بل بات الاعلام يعتبر مقوم من مقومات أي دولة لاعتمادها عليه في نشر أفكارها لتأثير على الرأي العام وتوجيه الأفراد لتقبل سياساتها، بل تعدى تأثيره من المجال القومي والمحلي الى المجال الاقليمي

والعالمي مما أدى الى الاهتمام بوسائل الاعلام الجماهيرية المختلفة المرئية منها والمسموعة ومحاولة توظيفيها لتنمية الأفراد وتثقيفهم سياسيا . ومنه نطرح الاشكالية التالية:

كيف يمكن أن تساهم وسائل الاعلام في تشكيل التنمية السياسية ؟

للاجابة على هذه الاشكالية نطرح جملة من الاسئلة الفرعية التالية:

سادسا. الأسئلة الفرعية :

- ما هي أهمية وسائل الاعلام للتنمية السياسية ؟.
- هل تختلف أهداف وسائل الإعلام في إنماء ثقافة الفرد السياسية في الأنظمة الديمقراطية عن الأنظمة غير الديمقراطية ؟.
- كيف يمكن لوسائل الاعلام أن تساهم في تكوين وتوجيه الرأي العام و صنع القرار السياسي؟
- ما هي الآليات التي تعتمدها وسائل الاعلام لزيادة المشاركة السياسية لدى الأفراد ؟

سابعا– الفرضيات :

- تساهم وسائل الاعلام في التنمية السياسية من خلال عملية التنشئة السياسية من أجل خلق ثقافة سياسية وتوجيه الرأي العام والمساهمة في صنع القرار السياسي.
- كلما زاد الاهتمام بنشاط وسائل الاعلام حول القضايا والمستجدات السياسية كلما تشكل وعي سياسي وتنمية سياسية لدى الأفراد.
- ساهمت الأنظمة الدمقراطية في بلورة فكرة وسائل الإعلام الحرة التي أدت إلى دمج الأفراد ومشاركتهم في الحياة السياسية و كفلت حرية التعبير لهم .

ثامنا. منهجية الدراسة :

أ – **الاطار النظري للدراسة:** سوف نعتمد على تركيبة من نظريتين أراهما مناسبتين كوسائط معرفية لتحليل أبعاد هذا الموضوع.

أولا: نظرية التأثير المحدود:

يعتبر **بول لازارفيلد** رائد هذه النظرية، يمكن القول أن هاته النظرية من أكثر النظريات المناسبة لدراسة دور الإعلام في تعزيز التنمية السياسية، هذه النظرية تحدد نوعية التأثير الذي تحدثه وسائل الاعلام على أفراد المجتمع، فتنحصر في ثلاثة أبعاد هي:

التأثير المعرفي: ويكون من خلال التعرض لوسائل الاعلام الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة المحيطة، فهي تعد مصدر مهما من مصادر الحصول على المعلومات المتعلقة بقضية سياسية معينة، فوسائل الإعلام تستطيع أن تؤثر في التوجهات المعرفية للأفراد وتشكل أولوياتهم واهتماماتهم وتوجهها.

التأثير الوجداني: وذلك من خلال تشكيل الاتجاهات والمواقف، فعندما يتعرض الفرد بشكل مستمر لوسائل الاعلام فان ذلك يزيد من اهتمامه بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه للبحث عن المعلومات التي تشبع فضوله، ومن أبرز التأثيرات العاطفية قضية الشعور بالولاء أو الفتور تجاه المشاركة السياسية و التصويت الانتخابي أو الشعور بالإيجابية نحو النظام السياسي والعكس.

التأثير السلوكي: يقوم على دراسة العلاقة بين التعرض المستمر لوسائل الاعلام و المشاركة الحقيقية في مختلف النشاطات السياسية سواء الانتخاب أو الترشح وإبداء الآراء السياسية عندما يطلب من الفرد ذلك ويعد من أهم أبعاد وسائل الإعلام وتأثيرها في عملية التنشئة السياسية، يتوقف نجاح وسائل الاعلام في قيامها بوظائفة التنمية السياسية وخدمة أهداف التنمية الأخرى على توفير الحد الأدنى من الشروط الآتية:

1- تحقيق مبدأ تدفق المعلومات في الإتجاهين-صعودا ونزولا- بالشكل الذي يضمن المزيد من التفاعل الجماهيري و المشاركة الجماهيرية في مختلف مراحل العملية الاعلامية.

2- القضاء على ظاهرتي المركزية والبيروقراطية الاعلامية وتحرير الطاقات في سبيل الابداع والابتكار.

3- السعي نحو مبدأ حق الجماهير في الاعلام وتحقيق الضمانات القانونية الملزمة لممارسة هذا الحق.

تم الاستعانة بهذه النظرية فالفصل الثاني و الثالث، بخصوص الفصل الثاني من مبحثه الثاني من خلال الحماية التي يتمتع بها الاعلام في الأنظمة الديمقراطية مما يجعله مؤثر فعال في عملية التنمية السياسية للأفراد، على عكس الأنظمة غير الديقراطية التي تعاني من البيروقراطية وسيطرة الدوبة على الاعلام وبث ما يخدم مصالحها بدون تمتع الاعلام بأي ضمانات قانونية تحميه، أما الفصل الثالث فقد استعين بهذه النظرية في كل مباحثها، بخصوص التأثير الوجداني للنظرية يظهر جليا في محاولة تشكيل الرأي العام وتوجيهه من طرف وسائل الاعلام أما التأثير السلوكي فهو علاقة الاعلام وتأثيرها في التنشئة السياسية ومن نتائج هذا التأثير زيادة المشاركة السياسية من عدمها واذا انعدمت تبقة النخبو السياسية والقيادات في دائرة مغلقة لأشخاص معينين تنصبهم الدولة حسب رغباتها وتطلعاتها.

ثانيا: نظرية التعبئة الإعلامية أو كما تسمى نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

خرجت هذه النظرية من الدوافع الانسانية للمدرسة الاجتماعية، أهم احدى مؤسسيها ومطوريها **ساندرا بول روكيش و شيلرو بويد باريت، وماتلارات،** ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا الاتينية في حقبة ما بعد الإستقلال، كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لالستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، ويقول أهم منظري هذه النظرية أن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي وفي إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة الهجينة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي.

لقد حرصت لجنة "ماكبرايد" أن النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والإتصال في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة واعتمادها على تكنولوجيا الإتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات .

تم الاستعانة بهذه النظرية فالفصل الثاني بمبحثيه، فالأول قد عالج النظرية بطرق وزوايا متعدد فهذه النظرية لها علاقة وطيدة بالنظرية السلطوية التي ترى أن السلطة بيد الحاكم وترى نظرية التعبئة الاعلامية ان للسلطة الحف فالتدخل فالاعلام، كما لعلاعلاقة بالنظرية الشيوعية لأنها بطبيعة الحال امتداد لنظرية السلطة التي تدين بوجودها للتطلبق العملي لأراء السياسين والحكام، أما المبحث الثاني يظهر تأثير هذه النظرية في اختلاف طرق الحكم في النظامين الديمقراطي والغير ديمقراطي وكلا منهما له طريقته فالتعامل مع وسائل الاعلام فلا يمكن للدول غير ديمقراطية أن تعبير بحرية مثل نظيرتها الديمقراطية لأنه سيخلق نوع من خلق الثقافة الهجينة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي، وكمثال لا يمكن للشعوب الجزائرية أن تستوعب حرية الاعلام والآراء مثل الدول التي تربت على الانفتاح الثقافي لأن طبيعة المجتمع محافظة وليس لها القدر الكبير بكل الأحداث السياسية إلا النخبة المثقفة وهدا مايجعل هذه النظرية الاسقاط الأمثل على مجتمعنا.

ب- الاطار المنهجي: تم الإعتماد في هذه المذكرة على توليفة منهجية تمثلت في المناهج التالية:

تفرض طبيعة الموضوع توظيف عدد من المناهج تتمثل في :

المنهج الوصفي : "هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول الى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث"، من أهم الركائز التي يقوم عليها المنهج رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في

فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف عليها من حيث المضمون والوصول الى نتيجة، تم استخدام هذا المنهج في وصف ظاهرة التنمية السياسية و دور وسائل الاعلام في تنميتها .

المنهج التاريخي : " هو عملية منظمة من عمليات جمع البيانات وتقديمها بأسلوب موضوعي وتتصل هذه البيانات عادة بأحداث الماضي، ويتم جمعها وتحليلها من أجل اختبار صحة الفروض الخاصة بالظاهرة التي تتناولها الدراسة أو أسباب تلك الأحداث وتأثيرها"، ومن أهم الركائز التي يقوم عليها المنهج: 1- يعتمد على ملاحظات الباحث وملاحظات الأخرين 2- لا يقف عند مجرد الوصف بل يحلل ويفسر 3- عامل الزمن حيث تتم دراسة المجتمع في فترة زمنية معينة 4- أكثر شمولا وعمقا لأنه دراسة الماضي والحاضر، هذا المنهج يتضمن الجانب التفسيري في دراسة الظواهر الماضية التي ولدت في ظروف زمنية لها خصائصها ، فلا يمكن فهم عملية التنمية السياسية ووسائل الاعلام وعلاقتهما ببعضهما دون الرجوع الى الخلفيات التاريخية لظهور وتطور المتغيرين .

المنهج المقارن: "هو أحد المناهج البحثية التي تبحث أسباب حدوث بعض الظواهر عن طريق إجراء مقارنات بظوتهر أخرى مشابهة، وذلك بهدف التعرف على العوامل المسببة لحدوث هذه الظاهرة والتعمق في فهم أسبابها"، أهه الركائز التي يقوم عليها المنهج المقارن تتمثل في:

1. انه اسلوب فعال يساعد كافة الطلبة على فهم جميع المؤلفات الدراسية وتقسيمها الى مجموعة ملخصات.
2. يعتبر طريقة فعالة لتوضيح أوجه الشبه والاختلاف المتواجدة في البحث.
3. يجمع بين المفاهيم الأساسية أو المفاهيم التي يجمعها الباحث.
4. في المنهج المقارن يمكن البحث من خلال كل من الطريقة الكمية والنوعية.

استخدمنا هذا المنهج خلال مقارنتنا لعلاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية في ظل الأنظمة الديمقراطية وغير ديمقراطية.

تاسعا – صعوبات الدراسة :

لا شك في أن أي دراسة تواجه قدرا من الصعوبات وعلى الباحث أن يحاول قدر جهده مواجهتها قصد السيطرة عليها، و الصعوبات التي اعترضت دراستنا تشخص في :

- شمولية البحث وسعته مما يؤدي الى افلات الكثير من جزئياته
- تشابه مصطلح التنمية السياسية مع العديد من المفاهيم المشابهة له مما صعب المهمة.
- قلة المراجع العلمية المختصة في ميدان الدراسات الخاصة بدور وسائل الاعلام في التنمية السياسية مما أدى بنا الى الاستعانة بمراجع تحمل متغيرات تشبه متغيرنا قصد الدراسة التنمية السياسية.

عاشرا –تقسيم الدراسة :

- تم تقسيم الدراسة الى ثلاث فصول، بدأنا بمقدمة ثم الفصل الأول بعنوان الاطار النظري للدراسة ويحتوي على مبحثين الأول بعنوان مفهوم وسائل الاعلام والثاني الاطار النظري لتنمية السياسية وتم اختيارهما كمدخلين للتعريف بمتغيري الدراسة لانه لايمكن تفسير دراسة بدون التطرق الى فهم المواضيع المتعلقة بها وفهم جذورها التاريخية، أما الفصل الثاني بعنوان اشكالية العلاقة بين وسائل الاعلام والتنمية السياسية ويحتوي كذالك على مبحثين الأول تحت عنوان أهم النظريات المفسرة لتأثير وسائل الاعلام على التنمية السياسية ارتأينا أن نتعمق في النظريات المفسرة للظاهرة بقصد تسهيل وتوضيح الدراسة، أما المبحث الثاني فكان عنوانه علاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية في أنظمة الحكم المختلفة وقصدنا هنا تحليل تأثير وسائل الاعلام فالأنظمة الديمقراطية وغير الديمقراطية لأن طبيعة النظام تلعب دورا أساسيا في تحديد طريقة سير هذه العلاقة وهذا بهدف تغطيتنا لكل الجوانب المحيطة بالدراسة، أما الفصل الثالث بعنوان تأثير وسائل الاعلام في التنمية السياسية وتندرج تحته ثلاث مباحث وهي كالأتي: المبحث الأول بعنوان دور وسائل الاعلام في التنشئة والثقافة

والسياسية والثاني بعنوان وسائل الاعلام وتأثيرها في تشكيل الرأي العام وعملية صنع القرار والثالث بعنوان دور وسائل الاعلام في المشاركة السياسية، وتم اختيار هاته العناوين لان متغيرنا التنمية السياسية مفهوم واسع وشامل للعديد من المتغيرات المنطوية تحته وفي الأخير خاتمة.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد:

لقد عرفت وسائل الاعلام تطورا كبيرا جعلها تكتسح جميع مجالات الحياة، وتتميز بكونها فتحت للانسان مجالا واسعا للمشاهدة والاستماع والقراءة، ومن مميزاتها انها تدخل في جميع المجالات الاجتماعية والتربوية، الثقافية والاقتصادية، فأصبحت تؤثر في سلوكيات الفرد كالسلوك الاجتماعي والاقتصادي والسياسي...الخ، فقد اصبحت جزء من الحياة المعاصرة وكمعيار لقياس مدى تطور المجتمعات للتحول نحو الحداثة والديمقراطية، ومن أهم أدوارها تنمية الفرد سياسيا.

تعتبر التنمية السياسية بأنها مجموعة من المتغيرات تستهدف الثقافة والبنية السياسية مؤدية الى نقل المجتمع من نظام تقليدي الى حديث، واحداث تحول في قدرة الانسان وقابليته السياسية على الأخذ بزمام المبادرة من أجل تأسيس وتطوير بنى جديدة وقيم عصرية قادرة على استعاب ما يعرض من مشكلات والسعي لحلها والتكيف مع المطالب والمتغيرات المستمرة، والسعي من أجل تحقيق أهداف جديدة، فمفهوم التنمية يعد من المفاهيم الحديثة وبعدا أساسيا من أبعاد التنمية الشاملة، يتم بواسطتها تنمية قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتهم بوضوح وقدراتهم على تعبئة كل الامكانيات المتاحة لمواجهة هذه المشكلات بشكل عملي وواقعي.

المبحث الأول: مفهوم وسائل الاعلام

لقد اصبح الواقع الاعلامي الذي تصنعه وسائل الاعلام يتغير ففي اتجاه التوسع الجماهيري من جهة، ومن جهة اخرى في اتجاه تجاوز الفاعل الاعلامي التقليدي (الصحافة الراديو التلفزيون) ليتعداه الى اهمية الفاعل الالكتروني المعبر المباشر عن الرأي العام في وقتنا الحاضر، ولقد شهدت وسائل الاتصال تطورا تقنيا ساير التطور التكنولوجي الذي عرفته المجتمعات البشرية في كافة المجالات حتى بات من الضروري اعطاء الاهمية الكبرى لهذا الفاعل الاساسي في جميع مجالات الحياة والتي لا يمكن الاستغناء عنها في تنظيم حياتنا اليومية والاجتماعية وهو ما نحاول التطرق اليه في مبحثنا هذا.

المطلب الأول: نشأة وتطور وسائل الاعلام

ان الانسان منذ أن وجد على سطح الأرض، وهو في عملية اتصال مستمرة ومتطورة مع غيره من البشر من ناحية والبيئة المحيطة به من ناحية اخرى.

عرفت المجتمعات الانسانية الاعلام منذ أن كانت تعيش في قبائل بدائية تسكن الكهوف، وبتقدم العصور لم يستطع الانسان الاستغناء عن الاعلام، بل ازدادت الحاجة اليه وخاصة في دور العبادة واماكن التجمعات الشيء الذي كان له الأثر البالغ الأهمية[1].

لقد مرت البشرية بمراحل متعددة من اكتشاف الكتابة إلى الطباعة مرورا بالكهرباء الى الثورة الصناعية والثورة التكنولوجية وانتهاء الى ثورة المعلومات والاتصالات التي شهدت تطورا مذهل في ميدان الاتصال المجتمعي الذي كان امتدادا لما احرزه الانسان مدن انتصارات في سبيل التغلب على ما يفصل بينه وبين اخيه الانسان من حواجز وهذه الثورة لها أبعادها التكنولوجية والاقتصادية والثقافية والاخلاقية التي غيرت ولازلت تغير العديد من جوانب البناء الاجتماعي للمجتمع المعاصر المتقدم منه والنامي وهو ما نتج عن هذه الثورة الجديدة عدد مدن الظواهر الاجتماعية والتكنولوجية كظاهرة العولمة وظاهرة الاقمار الصناعية والانترنت وغيرها،

[1] محمد جودت ناصر، **الدعاية والاعلان والعلاقات العامة**، ط1، عمان : دار مجدلاوي، 1998، ص15.

ويعبر "ماكلوهان" عن تحول انماط الاتصال في التاريخ فيقول أن الانسان انتقل من تعاقب وقائعه وأحداثه من مجال التقاط الاتصال بحاستي الاذن والعين اي من الاتصال الشفوي إلى مرحلة الاعتماد على حاسة العين الاتصال المكتوب" ومن ثم الى مرحلة العودة إلى الاتصال الأول والثاني معا، الاتصال التفاعلي باستخدام الشبكات المعلوماتية كالبريد الالكتروني والانترنت[1].

لقد اخترع التلغراف عام 1832 ثم بدا عصر اللاسلكي واكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية عام 1873 بتأسيس شركة "ماركوني " التي جعلت الاتصال اللاسلكي حقيقة علمية ووسيلة تجارية في نفس الوقت عام 1896 وبصورة أكثر واقعية فان عصر وسائل الاعلام قد بدأ في مستهل القرن العشرين بظهور وانتشار الراديو والتليفزيون بدين عدد كبير من الناس ومدن ثم بدأت وسائل الاعلام في مرحلة الانتقال العظيم حتي وصلت إلى ما هي عليه الان من خلال الجمع بين الصورة والحركة والصوت مما جعلها تستقطب الجماهير الغفيرة من كل فئات المجتمع وبذلك تترك اثر بالغا في نفوسهم[2].

وتشمل وسائل الاعلام او ما نسميها "وسائط الاتصال" اشكاال مختلفة ومتراكمة تاريخيا فعلى الرغم من أن الحديث عن الوسائط لم يبدأ الا في عشرينيات القرن العشرين، الا ان الاهتمام بتلك الوسائط كان اقدم من ذلك بكثير بداية من البلاغة الذي مارس اليونانيين والرومان القدماء الاتصال الشفاهي والبصري وغيرها حتى وصلت البشرية إلى ما يسمى بعصر الصحافة عصر الاذاعة والتلفزيون.

يعتبر الاعلام متعدد الوسائط هو عنوان الثورة االعالمية التي نشهدها في العصر الحالي الذي يمزج بين مختلف انواع الاعلام والتكنولوجيا، اذ نجد في هاته الفترة يمزج بين مختلف الاعلام والتكنولوجيا فنجد الصورة والصوت والرسم والعمارة والنص الأدبي والمهارة اللغوية

[1] هبة فتوح، **نشأة وتطور وسائل الاعلام**، 2005، http://books-library.net،ص3.

[2] محمد جودت ناصر، **الدعاية والاعلان والعلاقات العامة**، المرجع السابق، ص16

والتقنيات التكنولوجية والدث الرقمي واستخدام الكمبيوتر والانترنت، كل ذلك يتحالف معا لإنتاج اعلام بالغ التعقيد والكثافة والابهار[1].

المطلب الثاني: تعريف وسائل الإعلام

تعريف وسائل الإعلام

يعتبر الإعلام جانب من جوانب الإتصال الذي يعد من أوجه النشاط الإنساني وهو عملية اجتماعية ونفسية يقوم من خلالها الأفراد بنقل المعلومات والأنباء و الرسائل الشفوية والكتابية من خلال مجموعة من الرسائل بقصد التأثير في افكار الأخرين واتجاهاتهم وآرائهم وسلوكياتهم، فهو مرادف التأثير وقائم عليه من خلال التفاعل والمشاركة في الخبرات وهو ذو جانب انساني ألنه معني بنقل المشاعر والأفكار والأحاسيس وترجمتها.

تعريف الإعلام:

لغة: جاء على لسان العرب : علم وفقه، اي تعلم وتفقه، وورد في قاموس المحيط علمه سمعه علما– بالكسر– بمعنى عرفه و علم وهو في نفسه، ورجل عالم وعليم جمعها علماء، وعلمه العلم تعليما وعالما وعلمه اياه فتعلمه[2].

من الفعل اعلم او علم بالشيء اي شعر به ويقال استعلم لي خبر فالن واعلمنية وعلم الأمر وتعلمه اي اتقائه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته[3].

[1] هبة فتوح، **نشأة وتطور وسائل الاعلام**، المرجع السابق، ص 4.

[2] كمال نقبيل، **دور الاعلام في تحقيق التنمية السياسية في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعالقات الدولية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة: كلية العلوم السياسية والاعلام 2014–2015، ص21.

[3] شيماء بلونيس، **دور وسائل الإعلام والإتصال الجديدة في التغير السياسي**، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، كلية الحقوق والعلوم السياسية،ص10.

الإعلام اصطلاحا :

هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والمصلحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف مستخدما اسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي[1]. كما يعرف بانه: نشر الحقائق، الأخبار، الأفكار، الآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة الإذاعة، التلفزيون والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعدارض وغيرهدا بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد[2].

ويعرفه سمير حسين "على انه مجمل الأوجه النشاط الإتصالية الهادفة إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق الواقعية الصحيحة قصد خلق اكبر درجة من المعرفة والوعي والإدراك للفئات المتلقية للمادة الإعالمية حول كل القضايا والمعلومات والمشكلات المثارة[3].

التعريف اللغوي للوسيلة

الوسائل: جمع وسيلة

الوسيلة: المنزلة عند الملك والدرجة والقربة، والوسيلة ما يتقرب به إلى الغير.

التعريف الإعلامي للوسيلة:

تطلق الوسيلة في الدراسات الإعلامية على القناة التي تحمل الرسالة الى المتلقي وهي بهذا تشمل الوسائل المادية مثل الصحافة والإذاعة والتلفاز، والمجال الجوي ايضا وذلك باعتبار الوسيلة التي تحمل الموجات الصوتية خلال الإتصال الشفهي.

[1]كمال عايد، **تكنولوجيا الإعلام والإتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه ل م د جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016-2017، ص27.

[2]ابراهيم إمام، **الإعلام والإتصال الجماهيري**، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1969، ص27-28.

[3]سمير محمد الحسي، **الاعلام و الاتصال بالجماهيري والرأي العام**، القاهرة: عالم الكتاب، 1984، ص21.

تعريف وسائل الإعلام:

إن وسائل الإعلام وجدت منذ وجود الإنسان على وجه الأرض ومرت بعدة مراحل إلى أن وصلت إلى ما هي عليه الان في عصرنا الحديث الذي شهدت فيه وسائل الإعلام السيطرة الكبيرة للرأي العام وتغير ميولته واتجاهاته .

حسب **الموسوعة السياسة:** تعتبر وسائل الإعلام والإتصال تعبير مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس السياسي الإنجليزي – الأمريكي ويقصد به حسب المعنى الأصلي" جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة وسينما وراديو وكتب واعلانات، والتي تتوجه إلى القطاعات الواسعة من الناس حيث تعتمد هذه الوسائل على تقنية إنتاجية متطورة تسمح لها أن تصل إلى هؤلاء الناس دون أية عوائق[1].

المطلب الثالث: أنواع وسائل الاعلام وأهدافها

أولا:أنواع وسائل الاعلام

يشير محمد عبد الحميد الى ان هناك عددا كبير وكثير من وسائل الاعلام و الاتصال وسائل عملية ، وسائل مسموعة، وسائل مقرؤه، وأبرزها، التلفزيون، الاذاعة، القنوات الفضائية، البرامج، اللقاءات، الندوات، نشرات الأخبار، الفيلم السينمائي، المسلسل التلفزيدوني، الأغنية، الكاريكاتير، الصحافة وانواعها ، دور الطباعة والنشر، الدوريات، الكتب المؤسسات العالمية، الشركات العالمية الكبرى القطاع الخاص، مؤسسات الدعاية السياسية ، مؤسسات الدعاية التجارية، وسائل الاعلام الالكتروني والانترنات، وتستخدم حسب متطلبات الموقف السياسي والعسكري والعالمي والحدث المفروض تغطيته وايصاله للملتقي وسوف نتطرق الى انواع وسائل الاعلام والتي يمكن تقسيمها إلى نوعين وسائل اعالم تقليدية ووسائل اعلام حديثة والتي نذكرها كالتالي :

[1] عبد الوهاب الكيالي، **موسوعة السياسة**، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1990، ص289.

1 – **وسائل الاعلام التقليدية** : وتتكون من

1-1 **وسائل الاعلام المرئية:** وتضم كل من

أ – **التلفزيون:** وله دور حيوي في مجالات الاعلام والاتصال الجماهيري لما يملكه من حاستي السمع والبصر في ابهار المشاهد المتلقي(، لذا يمكن أن يستمر التلفزيون لتقديم المعلومات والافكار والسلوكيات المرغوب ايصالها للمتلقي، كما انه يتجاوز البعدين المكاني والزماني أي التحكم في وقت البث، ويعرض التلفزيون الافلام وقد يكون منه الوثائقي، التربوي، الاخباري، السينمائي، المسلسل التلفزيوني وهذا من اجل ايصال رسالة معينة للمستقبل

ب– **دور العرض السينمائي:** وتشمل كل دور وصالات العرض للأعمال السينمائي.

ج– **المسرح:** وهو الموقع او المكان الذي يجري اعداده لتقديم العروض المسرحية، وغالبا ما تحاول دور العرض المسرحي أن تعالج عبر مسرحياتها المتغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية.

ح– **المعرض:** هو عبارة عن موقع مكاني خاص يعدرض من خلاله مختلف الانتاج المتعلق بموضوع المعرض واهدافه واشكاله بطريقة منتظمة ومتوازنة، وتتلخص اهداف اقامة المعارض في نشر وتبادل المعلومات والتعريف بالمنتج سواء للتسويق او للتعريف او لخلق انطباع معين لدى الجمهور، اكتشاف مواهب والقدرات وتنميتها.

1-2 وسائل الاعلام المسموعة: وتضم ما يلي:

أ– **الاذاعة:** وهي الانتشار المنظم الموجه بواسطة جهاز الراديو، للمواد الاخبارية والثقافية والتعليمية، وتتبع أهمية الاذاعة من عدة خصائص منها سرعة الانتشار وقدرتها على الجذب واستطاعتها تخطي حواجز المستمع اضافة الى تخطي حواجز المستمع اضافة الى تخطيها الحدود الجغرافية والسياسية.

ب- الندوات العلمية والمحاضرات: تستخدم لمعالجة موضوع معين أو حالة ظرفية أو مزمنة أو حدث طارئ وفق سياق المناقشة[1]

ت- الاعلان: الاعلانات التجارية وسيلة تسويقية للخدمات والسلع من اجدل احداث اثار محددة تتخذ شكل معاني ومفاهيم يقتنع بها المتلقي وتكون سلوكا في حياته.

ث- الهاتف: ويعد من أسرع الوسائل الحالية في وقتنا هذا الثابتة منها والمحمولة لنقل المعلومة والخبر.

1-3- وسائل الاعلام المقروءة:

أ- الكتاب: رغم انتشار وسائل الاعلام بمختلف أشكالها المتنوعة وتطورها الا أن الكتاب سيظل الأكثر استخداما في حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم والقيم.

ب- القصة والروايات المسرحية: ينوه عنها في الاذاعة والتلفزيون والحملات الاعلانية، وتتناول موضوعات لا حصر لها.

ت- الصحيفة: وهي النافذة التي يرى الفرد منها العالم وما يدور حوله، وتعدد الصحيفة وسيلة مهمة التثقيف العلمي وتطوير المهارة من خلال تعلم فنون العمل الاعلامي، الخبر، التحقيق، الحوار الصحفي.

ث- المجلة: مطبوع مغلف يصدر بشكل دوري، طويل او قصير، ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة مدعومة بالصور عادة، وهناك عدة مصطلحات تستعمل جميعها في وصف المجلة.
ج- الدوريات: تمثل حلقة اتصال مهمة بين أفراد المجتمع بكل طبقاته، وتتميز بأحداثه، وسهولة الحصول عليها.

[1] رشيدة عزيزي، علية قطيش، **الاتصال السياسي واثره على المشاركة الانتخابية في الجزائر2014/2017** ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية جامعة احمد دراية، ادرار، كلية الحقوق والعلوم السياسية 2017-2018، ص35.

ح- اللافتة: وتعتمد اللافتات على الحملة المعبرة الواضحة، وعادة ما تستعمل في عمليات الارشاد والتوجيه كان تشير اللافتة إلى مكان او مناسبة ما.

خ- الملصق: تضل من الوسائل الاعلامية الفعالة، ومن اهم شروط نجاح الملصق وضوح الهدف وبساطة المضمون، الاتزان والانسجام بين محتويات الملصق.

د- المطوية: تتميز المطويات بسهولة حملها وتوزيعها، اضافة الى امكانية طباعة كمية كبيرة منها بأرخص الاسعار وعادة ما تركز المطوية على موضوع واحد فقط ونتناوله شرحا وتحليا وبأسلوب مبسط ومفهوم للمستهدفين، وتعدد المطوية من أفضل وسائل الاعلام في المناسبات العامة[1].

2- **وسائل الاعلام الحديثة:** و تتمثل في:

أ- الحاسب الألي: بدا الاهتمام بالحاسوب الآلي في نهاية الاربعينات من القرن العشرين الماضي، في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية ونتيجة لثورة المعلومات ونمو صناعة الحواسيب أصبح الحاسب الآلي اهم اداة تساعد في بلورة وسائل الاعلام للقيام بمهامها.

ب- الأنترنت: تعتبر شبكة الانترنت بانها ذلك الفضاء المفتوح للاتصال اذ يمكن لأي شخص أو جماعة أن تبني له موقعا على شبكة الانترنت، او الانضمام الى احدى الجماعات والمنظمات الافتراضية الموجودة كثيرا في شبكة الانترنت ، وعليه تعتبر الانترنيت منبرا اتصالي اخدر للفرد للتعبيدر عن آرائه وتوجهاته، فهي قناة تربط بين الأفراد والسلطات السياسية في عملية الاتصال السياسي، حيث تسمح بتدفق المعلومات، أي بصورة تفاعلية تبادلية ، وعلى النقيض مدن ذلك فان الوسيط الالكتروني الجديد الانترنت يمكن للأفراد من اقامة علاقات مباشرة مع المحكومين، والاتصال بهم مباشرة وبصورة انية عن طريق المواقع الالكترونية

رشيدة عزيزي، علية قطيش، **نفس المرجع**._ ص35.

ومختلف انماط الاتصال الأخرى المتاحة في الشبكة و المخصصة لتبادل المعلومات وأراء بين السلطة السياسية والجمهور[1].

ج- وسائط التواصل الاجتماعي: وتعتبر هي احدث ادوات الاعلام الجديد وأكثرها استخداما وتأثيرا لذا وجب استخدامها واستغلالها بطريقة احترافية وذكية ومبنية على اسباب دخول الناس اليها واستخدامها من اجل توصيل الرسالة الاعلامية او الاعلانية اي كانت بطرق حديثة تتناسب مع تبني خطط استراتيجية تتماشى مع أهداف كل من يود استخدامها سواء من طرف الحكومات او الاشخاص او القطاع الحكومي او القطاع الخاص[2].

تعرف وسائط التواصل الاجتماعي او شبكات الاعلام الاجتماعي بانها: " المواقع او تطبيقات اخرى مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتطبيقات ورسائل وصور وغيرها"[3]

وتتكون شبكات التواصل الاجتماعي من:

1- **الفاسبوك:** وهو موقع الكتروني للشبكة الاجتماعية يساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم واصدقاء العمل بفعالية اكثر عبر الانترنت بحيث ينشئ المستخدم ملف يتضمن غالبا صور واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة وتكوين مجموعات من الاصدقاء ويمكن لأي شخص الدخول الى موقع الفاسبوك والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرفهم ويثق بهم او التعرف إلى اشخاص جدد يستطيع بموافقتهم التعرف على ما يسمحون له من معلومات تتعلق بهم وبأصدقائهم.

---

[1] يامين بودهان ، **وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية الاتصال السياسي**، مجلة الاذاعات العربية،ص 82

[2] عبد الحليم موسى يعقوب، **الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية**، الأردن: الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة1 ،2014،ص11.

[3] خالد غسان يوسف مقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، عمان: دار النفائس، الطبعة الأولى، 2013، ص24.

2- يوتيوب: لقد اطلق هذا الموقع رسميا في نوفمبر 2005 من طرف شركة جوجل، وفكرته تأسيس موقع لتبادل لقطات الفيديو على أن يكدون الموقع سهلا للاستخدام وسهل التحميل ،كما لا يقتصر على مجرد ارفاق الملفات المرئية بل يمكن وبسهولة انشاء قنوات خاصة تبث من خلالها مئات الملفات بشكل يومي، وفي عام 2010 قامت شركة جوجل المالكة لليوتيوب بإعادة تصميم الصفحة الرئيسية للموقع ، ليتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون ومقاطع الموسيقى، والأخبار والمعلومات العامة، ويستخدم اليوتيوب في التعليم والترفيه والاعلانات.

3-تويتر: هو احدى شبكات التواصل االجتماعي، واخذ اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، اتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة ال تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة، وقد انتشر في السنوات الاخيرة بشكل كبيرخاصة في الاحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة الشرق الاوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الاونة الاخيرة ثالثة مواقع رئيسية لعبت دورا مهما جددا فيما يسمى بثورات الربيع العربي

4-الانستغرام: هو ذلك النظام المتاح لتبادل الصور والتعليقات و الذي يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها او تسجيل الاعجاب، بحيث كانت بدايته عام 2010، حينما توصل الى تطبيق يعمل على التقاط الصور واضافة فلتر رقمي اليها وارسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.[1]

ثانيا:أهداف وسائل الاعلام

ان انتشار وسائل الاعلام في هذا الزمان بيت الناس وعلى هذه الصورة الكبيرة كان عاملا رئيسا دفع الباحثين الى استجلاء الأهداف التي تسعى الى تحقيقها ومن بين هذه الأهداف:

1-مسح البيئة:

[1] مسعودة عرفة ، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017** ،مذكرة ماستر ، جامعة ورقلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية2017-2018، ص 24-25.

أي جمع ونشر المعلومات لما يقع في البيئة من أحداث وعلى المستويين الداخلي و الخارجي ومنه فوسائل الاعلام تتولى تزويد الجماهير بالمعلومات عن الأحداث في الدولة و خارجها، وربط أجزاء المجتمع من أجل احداث تجاوب موحد ازاء أحداث البيئة.

أي تغيير في المعلومات الواردة من البيئة و تحليلها وتباين المواقف الذي يجب أن يتخذ استجابة لها، وهي وظيفة دعائية تتولى فيها وسائل الاعلام الايحاء للجماهير بالافكار و المواقف التي يجب أن تتبناها.

2-نقل الموروث الاجتماعي ونشره :

نقل المعارف و القيم و المعايير و التقاليد الاجتماعية من جيل الى جيل و التعريف بها، هي وظيفة تعليمية تعنى بتأهيل الفرد وتنشئته مع أهداف المجتمع و مثله وقيمه.

وهكذا يهدف الاعلام بختلف وسائله الى النمو واليقظة والتوافق الثقافي والحضاري والارتقاء بمستوى الرأي العام بتنويره و تثقيفه، فالاعلام عملية يترتب عليها تأثير فعلي في سلوك الفرد و الجماعة.[1]

المطلب الرابع : آليات وسائل الاعلام:

يلعب الاعلام دورا محوريا في حياتنا اليومية و السياسية و يترك أثرا ملحوظا على السلوك و الاتجاهات الوجدانية .

ان مواقفنا السلبية و الايجابية كما يراها وهيب الصانع تأتي في أغلب الأحيان من تلك الصور النمطية التي تكون في أذهاننا خلال ما نسمعه و نشاهده في وسائل الاعلام المختلفة.

ان ألة الاعلام لا تقل أهمية و خطورة عن الألة الحربية،في أهدافها الاستراتجية و لكنها قد تكون احدى أدوات الاستراتجيات العسكرية .

[1]ابراهيم ياسين و آخرون، أثر **وسائل الاعلام على الطفل**، عمان:مكتبة دار الثقافة، ب س، ص13-14.

تكمن خطورتها من خلال تلك الحروب النفسية التي تعتمد عليها أثناء الصراعات و النزاعات المسلحة،و لكن قد يكون لها الأثر الأكبر أثناء الحروب الباردة التي قد تأتي بشكل تراشقات كلامية من خلال تصريحات كبار المسولين .

تهدف هذه الاساليب الى استخدام مخططات من جانب دول أو مجموعة دول ضد دولة أخرى مستخدمة في بعض الأحيان أدوات دول محايدة أو صديقة لتحقيق أهدافها الأستراتجية .

ان بعض تلك الاستراتجيات التي تعتمد على الشائعات و الترويج للأخبار المختلفة التي لا أساس لها من الواقع أو الصحة ، منتهجة أسلوب التهويل و التضخيم المبالغ لتحقيق مآرب و أهداف سياسية و اقتصادية أو دق الاسفين بين بعض الأطراف ، مستغلة بعض الرواسب القديمة أو الخلافات الهامشية .

ان تلك الاستراتجيات تهدف في الأساس الأول تغيير قناعات الشعوب و زعزعة الثقة بحكوماتهم و اثارة الرعب و المخاوف ، لذا فانها تعتمد اعتمادا مباشرا على اللعب بما يسمى "الاحتياجات المختلفة" مثل الأمان و الجوع و العاطفة و العدالة ...الخ.

إننا نلاحظ دائما التكرار المتلاحق لاذاعة بعض الحقائق أو عرض حقائق ملموسة ، ويعد هذا الأسلوب الأكثر نجاحا في بث الأكاذيب ، اضافة الى استهداف بنية التربية السياسية ، والواضح من خلال البرامج الحوارية التي تعتمد على أسلوب الشرح والمناقشة وصولا الى الاقناع .كل هذا يهدف الى تحويل الاتجاهات و القناعات لدى الشعوب ، وهنا ينبغي على تلك الشعوب و ضع خطط و استراتجيات مضادة للتصدي لهذا السلاح البارد والخطير الذي يجعل من التأثير على الرأي العام بشكل سلبي ، وسيلة وغاية انتصاره عليه ، فلابد أن تقوم دول المواجهة باعتماد الخطط والاستراتجيات الاعلامية للتخفيف من حجم تلك الأخطار المحدقة والمتربصة بها ، ومن الأجدى عند وضع تلك الاستراتجيات أن تكون تعاونية في ما بين الدول المتقاربة جغرافيا و ثقافيا و سياسيا ، و لنجاح مثل هكذا استراتجيات لابد من ترك كل

الأساليب التقليدية والبحث عن الآراء الراسخة والممنهجة التي تعتمد على الآليات الجديدة المسماة ب نظم تدفق المعلومات الحديثة والصحيحة والمتزامنة والمتجانسة .

إن حرية التعبير أمر مهم و ضروري لأنه يعد أحد متطلبات الهامش الديمقراطي التي تسعى و تناضل الشعوب من أجل نيلها ، ولكن حرية الرأي والتعبير بمفهومها الفضفاض والواسع قد تقودنا إلى حالة من الفوضى والتفسخ القيمي والأخلاقي التي قد يكون أحد بنود تلك الاستراتجيات المقصودة .

للحفاظ على الحقوق الإنسانية ينبغي على الدول والمنظمات الحقوقية أن تسارع إلى إيجاد مصفوفة من التشريعات و الرؤى الواضحة والشفافة ، حول ما يكتب من آراء و مدونات إلكترونية على شبكة الإنترنت و حتى نستطيع أن نصل إلى درجة من التوازن بين ما هو غث و سمين و ما من شأنه تطوير تلك الحقوق المدنية وفقا للضوابط التي تكفل حقوق ممسؤوليات و واجبات و تنأى بنا عن بعض الاختراقات غير المسئولة ..التي قد تبدر من بعص العابثين في ظل تنامي الحريات المدنية بشكل عام و اتساع دور المجتمع المدني و زيادة حرية التعبير عن الرأي الذي يعد أعظم إنجازات القرن الواحد و العشرين و الفضل الأول و الأخير يعود إلى ثورة تقنيات المعلومات و الاتصالات إن امن و استقرار الشعوب يعد من أوليات أية حكومة تسعى لرفاهية شعوبها فهي تتصدى بكل حزم لكل ما يعكر صفوة العيش و يكدر الحال و يبعث بالهم و الغم سواء أكان ذلك عبر الأثير أو مما يقرأ ليغدو بعد القراءة أخطر بكثير.[1]

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي ،**مدخل الى وسائل الاعلام الجديد**، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع،2012، 215 -216-217.

المبحث الثاني: مفهوم التنمية السياسية.

يعد مفهوم التنمية السياسية من المفاهيم الحديثة التي ظهرت بعد ظهور فكرة التنمية فقد أصبحت التنمية السياسية تمثل إحدى أهم الغايات التي تسعى الأنظمة السياسية للوصول إليها.

المطلب الأول: تعريف التنمية السياسية .

ان مفهوم التنمية السياسية من المفاهيم الجديدة في علم السياسة، بدأت ارهاصاته الأولى في أعقاب الحرب العالمية الثانية وأوائل الخمسينيات من القرن العشرين، والاهتمام بهذا المفهوم كان نتيجة لاجتماع عدة عوامل هي: تصاعد الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي بزعامة الاتحاد السوفياتي سابقا والغربي بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية، بالاضافة الى حركات التحرر والدور الذي لعبته في تحقيق استقلال العديد من دول العالم الثالث في افريقيا وآسيا، وكانت القضية الأساسية هي كيفية احداث تنمية سياسية في هاته الدول الجديدة في افريقيا وآسيا بالشكل الذي يؤدي الى اقامة الديمقراطية الليبرالية فيها،

تعد لجنة السياسات المقارنة التابعة لمجلس بحوث العلوم الاجتماعية ذات دور بارز في تطوير البحث في مجال التنمية السياسية، ولم يتم الاتفاق من قبل الباحثين على تعريف جامع مانع للتنمية السياسية ويرجع ذلك لأسباب موضوعية وتاريخية ومنهجية ومعرفية، فالتنمية السياسية تهتم أصلا بدراسة النظام السياسي من داخله وهي التي تكمل دراسة التأثيرات السياسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فهي العرقية والاديولوجية في بوتقة القومية، وفي ظل النظام السياسي ذو الفاعلية والشرعية القادر على أداء المهمات الأساسية للحكومة وفقا لمدخلاته والايمان الشعبي بأن النظام السياسي القائم هو الملائم لها، فهي الحركة نحو نسق سياسي يستطيع مواجهة الأعباء التي يتعرض لها.

أما **صمويل هانتغتون** فيعتبر عملية التنمية السياسية مرادفة للتحديث السياسي فيقول:"**انها عملية متعددة الوجوه وتتضمن جملة من التغييرات في كل جوانب الحياة الفكرية وغيرها**" والمجال الأساسي للتحديث عنده هو التحضر، التصنيع، العلمانية، الديمقراطية، الثقافة والمشاركة إضافة الى توسع معرفة الإنسان حول بيئته لتحسين مستويات الصحة...فهو حالة تعبئة تجعل الناس يغيرون من قيمهم ومواقفهم لبناء مجتمع جديد، فالتحديث حسبه يتطلب عقلنة للسلطة وتخصص الوظائف السياسية ووجود مشاركة سياسية غير أن لوسيان باي حاول وضع قائمة تشمل أهم التعريفات المتداولة بين الباحثين حول مفهوم التنمية السياسية وقد حاول تحديدها في كونها :"عملية تغيير اجتماعي متعدد الجوانب غايته الوصول الى مستوى الدول الصناعية"، هذا وفي عام1965 قدم باي تصنيفا جديدا تضمن عدة تعريفات للتنمية السياسية وهي:

- التنمية السياسية كمطلب سياسي للتنمية الاقتصادية.
- التنمية السياسية كنمط لسياسات المجتمعات التقليدية.
- التنمية السياسية كتحديث سياسي.
- التنمية السياسية كتصميم للدولة القومية.
- التنمية السياسية كتنمية إدارية وقانونية.
- التنمية السياسية كتعبئة ومشاركة جماهيرية.
- التنمية السياسية كبناء للديمقراطية.
- التنمية السياسية كاستقرار وتغيير منتظم.
- التنمية السياسية كجانب من الجوانب المتعددة لعملية التغير الاجتماعي.

من كل ما سبق يمكن تعريف التنمية السياسية على أنها "عملية سياسية متعددة الغايات تستهدف ترسيخ فكرة المواطنة، وتحقيق التكامل والاستقرار داخل ربوع المجتمع، وزيادة معدلات مشاركة الجماهير في الحياة السياسية، فضلا عن إضافة الشرعية على السلطة بحيث تستند على أساس قانوني فيما يتصل باعتلائها التنمية السياسية على أنها "عملية سياسية

متعددة الغايات تستهدف ترسيخ فكرة المواطنة، وتحقيق التكامل والاستقرار داخل ربوع المجتمع، وزيادة معدلات مشاركة الجماهير في الحياة السياسية، فضلا عن إضافة الشرعية على السلطة بحيث تستند على أساس قانوني فيما يتصل باعتلائها وممارستها وتداولها، مع مراعاة الفصل في الوظيفتين التشريعية والتنفيذية، بحث تقوم على كل منها هيئة مستقلة عن الأخرى، مع اتاحة الوسائل الكفيلة بتحقيق الرقابة المتبادلة بين الهيئتين"، فهي إذن عملية ارتقاء بحياة الأفراد لتمكينهم من مواجهة التحديات الداخلية والخارجية، كما تتضمن بناء المؤسسات وتحقيق التمايز في الأدوار مع تحلي النظام السياسي بقدرات عالية تضمن له الشرعية والفاعلية والاستقلالية على الصعيد الدولي، ولتحقيق التنمية السياسية يجب التخلص أو القضاء على أزمات التنمية السياسية[1] .

المطلب الثاني: مؤشرات التنمية السياسية

ان التنمية لا يمكن أن تتحقق وتنجح في فترة زمنية قصيرة، وانما تحتاج الى الوقت الكافي والى تظافر كافة الجهود الرسمية وغير الرسمية والشعبية من مؤسسات وأفراد لخلق الظروف الملائمة لإنجاحها ولابد من توفر مجموعة مؤشرات للتنمية السياسية، ومن أبرزها ما يأتي:

1-مبدأ سيادة القانون وتكافئ الفرص، ضمان حرية التعبير، استقلال القضاء، الحد من تعسف السلطة السياسية وضمان حقوق المواطنين.

2-وجود مجتمع مدني فعال يتمتع بقدر من الحرية والاستقلالية.

3-توافر ثقافة سياسية مدنية تقوم على أساس التسامح والحوار واحترام الرأي.

4-مشاركة سياسية ديمقراطية وشفافة في صنع القرار السياسي وفق أسس حديثة.

5-تطور التشريعات وتحديثها بما يتمشى مع المتطلبات الداخلية والخارجية للمجتمع.

[1] حياة قزادري، **التنمية السياسية : المفهوم..المشكلات والمقومات والآليات**، www.asjp.cerist.dz .، ص234-235-236.

6-وجود برلمان مؤسسي يمثل الادارة الحقيقية للشعب، ويمارس صلاحياته الدستورية في الرقابة على السلطة التنفيذية والتشريع بكل استقلالية، ويساهم في صنع السياسة العامة للدولة.

7-وجود نظام سياسي قادر على التكيف من خلال تطوير مؤسساته المختلفة لاستيعاب التغير الذي يطرأ على المجتمع، وقادر على استخراج الموارد وتوزيعها على أفراد المجتمع.

8-اطلاق الحريات بين جميع فئات المجتمع الواحد بعيدا عن الخوف وحماية الحريات المسؤولة لأنها عماد الديمقراطية .

9-وجود تعددية سياسية وفكرية ضمن الثوابت التي يقوم عليها المجتمع دون أن يدعى طرف من الأطراف ملكيته للحقيقة أو حماية المصلحة الوطنية على حساب طرف اخر،فالجميع تهمه المصلحة الوطنية مع تأكيد القراسم المشتركة لمحددات المصلحة الوطنية، يمكن الوصول الى هذه القراسم المشتركة من خلال الحوار بين النخب المثقفة.

10- تحقيق المساواة في الحقوق والواجبات بين جميع المواطنين بصرف النظر عن اختلاف انتماءاتهم او أجناسهم أو أديانهم أو أعراقهم وعدم النظر الى الدولة باعتبارها مصلحة خاصة لكل فرد الحق أن يأخذ منها ما يشاء على حساب الأفراد الآخرين بل يجب على الجميع أن يتحمل مسؤوليته في الحفاظ على الدولة باعتبارها القاسم المشترك بين الجميع.

11- قيام الأحزاب السياسية القوية والفاعلة والقادرة على احداث التغيير المرجو من خلال اشتراك الأفراد في إقرار السياسة العامة للحزب ونظرته لمختلف القضايا التي تواجه الدولة.

12- تفعيل دور مؤسسات المجتمع المدني وقطاع الشباب والمرأة في الحياة السياسية بهدف دمج هذه المؤسسات وهذه الشرائح الواسعة من أبناء المجتمع في تحمل المسؤولية.

13- سن قوانين وتشريعات تحمي حقوق الأفراد والحريات الخاصة أو الحقوق والحريات العامة المتعلقة بحرية الانتساب الى الأحزاب وحرية الانتخاب[1].

المطلب الثالث: آليات التنمية السياسية وأهدافها:

[1] وليد عبد الهادي العويمر،**دور الاذاعة والتلفاز الأردني في التنمية السياسية : دراسة تحليلية ميدانية**، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد1. المجلد6، 2013، ص56.

آلية الإصلاح والتنمية الإدارية المؤسسية: حيث تقع عملية بناء المؤسسات الإدارية في قلب اهتمامات الباحثين بمجال دراسة التنمية السياسية، بل تشكل حجر الزاوية فيها، كما تشكل الثقافة السياسية المناخ السيكولوجي – إذا صح التعبير– المحيط بتلك المؤسسات والأبنية، فالتنمية السياسية تفترض إضفاء طابع الفاعلية على المؤسسات وعلى الفاعلين وأطراف العملية الإدارية، وذلك من خلال تقديم الاقتراحات والحلول لإشكالية إهدار الوقت والموارد خلال دورة العمل، باعتبار أن الإدارة العامة الفاعلة تستطيع أن تساهم في تحقيق النمو ومحاربة الفقر، كما أنها تساعد في تحديد التوجيهات الجديدة والمفيدة، وتقديم الموارد والخدمات الأساسية بأقل التكاليف.. وهو ما يعرف بآلية الحكم الرشيد الذي يعد مجرد تقنية إدارية لتسيير عملية التنمية.

الأحزاب السياسية: يرى "موريس دوفرجيه" أنه من الضروري والهام معرفة طريقة ظهور الأحزاب السياسية بدايةً، سواء كان من خلال تأثير عوامل خارجية أو داخلية، ففي حالة ما إذا كانت العوامل الداخلية هي التي ساهمت في ظهور الأحزاب فإن هذه الأخيرة ستكون أكثر تناغمًا من الناحية الأيديولوجية وستعمل على حفظ وتطوير المصالح الاقتصادية والاجتماعية العليا في التنظيم القائم، بينما في حالة ظهورها – الأحزاب – تحت تأثير عوامل خارجية فهي بذلك ستنشأ خارج الجهاز التشريعي وتحمل أيديولوجيات مغايرة لمجتمعاتها، وبالتالي ستحدث صراعات مع القيادة الحاكمة في دولها.

القيادة أو النخبة السياسية: ترتبط النخبة السياسية بمهام ووظائف تمتاز بها عن باقي النخب في المجتمعات، فتقوم بأعباء التخطيط وقيادة السلوك الإنساني على مستوى البلاد، ومن طبيعة مهامها تشكيل وتوجيه الرأي العام داخل المجتمع، والذي يرتكز على إدراك هذه النخبة للأهداف والمشكلات التي تخص الدولة ومجتمعها، كما تقوم أيضًا بمهمة التنسيق والموائمة بين أنشطة المؤسسات والهياكل التنظيمية المختلفة داخل وخارج الدولة، وذلك بغرض الوصول إلى أفضل وصفة مشتركة منسقة للعمل في إطار المجتمع ومواجهة مشكلاته وأزماته المختلفة.

كما تقوم النخبة في سبيل تحقيق أهدافها بمحاولة التأثير على جماهير المجتمع لتغيير الواقع الاجتماعي العام بما يحقق مصالحها، كما أنها تقوم بمهمة حفظ التوازن داخل المجتمع عن طريق اندماجها وتجديد ذاتها بما يكفل تجسيد المرتكز الأساسي للتغيير، وهي بذلك تقود عملية التغير والتطور الطبيعي داخل النسق الاجتماعي، وفي هذا استجابة عملية مسبقة – إذا صح التعبير – لمبتغى ومطمح الجماهير في المجتمع ولأجل استقرار هياكل ومؤسسات الدولة، ألا وهي دفع عملية تحقيق التنمية الشاملة.

المطلب الرابع: أهداف التنمية السياسية

1- التعددية من أجل تحقيق النمو الاقتصادي والمنافسة السياسية والمشاركة الانتخابية على قاعدة ترسيخ مفاهيم الوطنية والسيادة والولاء للوطن والدولة، ضمن معايير أولها تحديد هوية المجتمع بحيث يكون مجتمعًا سياسيًّا متماسكًا تحكمه هوية مشتركة وانتماء وطني سياسي وثقافة سياسية تستوعب كل الاطراف داخل الوطن .

2- تحقيق الشرعية بحيث يكون المجتمع متآلفا ومنسجما مع النظام في بناء الدولة العصرية التي تعزز الولاء للوطن وتقديم أقصى ما يمكن من الخدمات لشعبها، على أن يحقق هذا النظام العدالة في توزيع الأدوار والمكاسب بين كل شركاء الوطن بلا محاباة ومحسوبية وتفضيل طرف على آخر.

3- المشاركة السياسية الفاعلة بحيث يعمل النظام السياسي على تحقيق المشاركة لكل أطياف المجتمع من خلال القنوات المناسبة، وأن تكون المشاركة في الحياة السياسية بصورة مستمرة غير متقطعة، على أن تكون هذه المشاركة مجدية؛ يشعر فيها المواطن بمواطنته كونه جزءًا أساسيًّا فاعلًا في مجتمعه وفي البناء السياسي لبلده.

4- التوزيع العادل للمزايا والمكاسب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتساوي في لحقوق والواجبات بين أفراد المجتمع كمحصلة نهائية لعملية المشاركة الواسعة.

5- ويؤكد أساتذة العلوم السياسية على أن الهدف من التنمية السياسية هو المساواة في الحقوق والواجبات، على أساس أن يتعرف المواطن على حقوقه وواجباته الدستورية كي يشارك مشاركة فعالة وإيجابية في الحياة السياسية.

كما أن للتنمية السياسية عدة دلالات منها مدلول قانوني سياسي يتمثل بسيادة القواعد القانونية، ومدلول اقتصادي سياسي يتمثل بتحقيق العدالة بإشباع الحاجات المادية للمواطنين، ومدلول إداري سياسي يتمثل بالقدرة على أداء الأدوار والوظائف في شتى الميادين، واجتماعي سياسي يتمثل في وجود مجتمع سياسي وثقافة سياسية معينة[1].

[1] حمود محسن قاسم المليكي، **دور الإعلام في التنمية السياسية**،08-07-2021، تم الاطلاع عليه في15-02-2024، https: portal.arid.my.

خلاصة الفصل الأول:

تعددت المفاهيم المتعلقة بكل من مفهومي الاعلام والتنمية ومرد ذلك الى اختلاف المنطلقات الفكرية والفلسفية لكل مفكر أو باحث لمعظم الدراسات في العلوم الاجتماعية والانسانية عموما والعلوم السياسية بوجه خاص، ان المفهوم العام المتفق عليه يرى ان الاعلام عملية يتم من خلالها نقل المعلومات ونشرها، من هذا التعريف فإنه يمكن القول أن هذه العملية قد وجدت منذ القدم، منذ آدم أو منذ تكون المجتمع البشري وهي العملية التي يحصل بها العلم ويتم بها التعارف بين الناس.

ان تحقيق التنمية السياسية يتضمن تقديم الحلول والآليات المناسبة للتحديات والصعوبات السياسية والاقتصادية وغيرها التي تعيق إنخراط البلدان في عملية التنمية، ونتيجة لتعاضم الاهتمام بقاضايا التخلف والتنمية بشكل عام ونتيجة لتراكم وتعقد مشكلات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المعاصرة، أخذ البحث في مجال التنمية يزداد أهمية ويتطرق الى ميادين جديدة، ويولي اهتمامه بأنماط متنوعة من الظواهر والقضايا التي لم تكن محل اهتمام كبير من قبل.

الفصل الثاني:

إشكالية العلاقة بين وسائل الاعلام والتنمية السياسية

تمهيد:

مع بروز وسائل الاعلام وتأثيرها الكبير على الجماهير والمجتمعات في النصف الثاني من القرن العشرين احتلت التنمية السياسية مكانة معتبرة واصبحت هناك علاقة كبيرة تربط بين عناصر عملية التنمية السياسية وابراز مكانة وسائل الاعلام كحلقة قوية في هذه العلاقة حيث لا يمكن تصور وجود فضاء سياسي في الوقت الراهن من دون وجود لوسائل الاعلام والمعاهد والمؤسسات والمعاهد الخاصة بسبر الآراء وقياس الجمهور، وبالتالي فان اغلب ممارسي العملية السياسية أصبح هدفهم هو كسب ود وتأييد وسائل الاعلام او الاتجاه إلى تحييدها اذا كانت مغايرة لتوجهاتهم، ومن ثم فان وسائل الاعلام تمتاز بقوة كبيرة في تغيير الممارسة السياسية في كثير من الدول خاصة الدول الديمقراطية المتقدمة عكس دول العالم الثالث التي تمارس ضغوطات كبيرة ومجحفة في حق وسائل الاعلام من اجل الرضوخ لها والسيرعلى نهج الطبقة الحاكمة.

المبحث الأول: أهم النظريات المفسرة لتأثير وسائل الاعلام

هناك العديد من النظريات المفسرة لتأثر وسائل الاعلام في التنمية السياسية، تختلف باختلاف أنماط الحكم السائدة لكل نظام

المطلب الأول: وظائف وسائل الإعلام

للإعلام خمس وظائف رئيسية :

1-التوجيه و تكوين المواقف و الإتجاهات :

من المتعارف عليه أن المدرسة تتولى مهمة التوجيه باعتبار أن الطالب يقضي قسما مهما من حياته فيها ، لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية و العائلية و الاجتماعية و الدينية و الاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه وتكوين المواقف و الاتجاهات الخاصة بكل فرد. من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه و تكوين المواقف و الاتجاهات خاصة أن المجتمع ليس كله طلابا ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو الاستمرار في الدرس و التحصيل.

إذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمة و الكتاب ، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر و غير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة ، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة و محتوى ازداد تأثيرها،فلا يعقل مثلا أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق و علم الكلام و الحجج الفكرية و الفلسفية .

2- زيادة الثقافة و المعلومات :

التثقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلامية و ليس بالطرق و الوسائل الأكاديمية التعليمية ، و التثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط و مبرمج و مقصود. والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من

جانب وسائل الإعلام للفرد ، هذه المواجهة تقدم له –بدون أن يكون هو المقصود بالذات– معلومات و أفكار و صورا و آراء، و هذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعته فيفاجأه

بجريدة حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة ، و كلها تحمل عبارات تلفت نظره فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه و يأخذ ببعض الآراء .

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه و التبشير ، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

3- الإتصال الاجتماعي و العلاقات البينية :

يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضه مع بعض ، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية و تنميتها. فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبار اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية و الثقافية فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد و زيجات ، و أخبار الأحزان من وفيات و فشل و خسارة وليست صفحة الولادات و الوفيات و الشكر بصفحة عابرة و غير مهمة في الصحف، بل انها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير .

4- الترفيه عن الجمهور و تسليته :

من بين ما تقوم به وسائل الاعلام من وظائف مهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل و مرفه،و هذا من خلال الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون . وفي

الحالتين تأخذ وسائل الاعلام في اعتبارها مبدأ واضحا و هو ان برامج الترفيه و التسلية

ضرورية لراحة الجمهور و جذبه اليها، وحتى في مجال الترفيه هناك برامج و أبواب ترفيه موجهة يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف و دعم بعض الاتجاهات او تحورها و حتى تغييرها، و هذا يتطلب بالطبع اساليب مناسبة من جانب وسائل الاعلام .

5- الإعلان و الدعاية :

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل و التجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة او وجود موظفين مستعدين للعمل، او عندما تتولى الإعلان عن اجراء مناقصة او وضع التزام موضع التنفيذ...الخ. .

لهذا استطاعت وسائل الاعلام على تنوعها من صحافة و تلفزيون و سينما و أحيانا إذاعة، أمام تعقيد الحياة و تعدد ما فيها من اختراعات و صناعات و اكتشافات ان تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد و تقديمه إلى الجمهور و عرض فوائده و اسعاره و حسناته بشكل عام.[1]

المطلب الثاني: النظرية السلطوية و النظرية الشيوعية(الاشتراكية)

النظرية السلطوية (الاستبدادية-التسلطية-السلطة):

تعد نظرية السلطة أولى النظريات الإعلامية، فقد نشأت في إنجلترا في القرنين السادس والسابع عشر، واستمرت في الدول التي مارست الحكم السلطوي، وللفلسفة السياسية لفكرة سلطة التاريخ الطويل، يمكن تتبعه حتى نصل إلى نظرية أفلاطون الذي يعد أكبر مناصر للقانون والنظام، والمدافع عن حكم الأرستقراطية الفاضلة، وكان يرى أنه عندما تقسم السلطة بالتساوي في الدولة، فان بذور انهيار وتفكك الدولة تكون قد بدأت، وإن الجماهير غير قادرة تعليميا ونفسيا وعقليا على اتخاذ قرارات تتعلق بأمورهم وحياتهم، ويتبين أن أفلاطون يعطي الحكام من خلال نظرته إلى المجتمع قدسية عليا، ويدا مطلقة في التحكم بأمور الشعب وأحواله، ويخولهم حق التصرف في مقدراته وحريته وامكاناته، بحجة أنه غير قادر على التفكير السليم والمنطقي فيما

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، **مدخل الى وسائل الاعلام الجديد**، المرجع السابق، ص218-219-220.

يخص شؤون الأمة وسياستها، قد استمرت نظرية السلطة على النهج الذي رسمه أفلاطون حتى عصر الطباعة ولكن بأشكال مختلفة على يد فلاسفة آخرين من أمثال ميكيافيلي الذي دعا إلى إخضاع كل شيء لأمن الدولة، كما رأى أن الرقابة الصارمة على الحوار والمناقشة وعلى نشر المعلومات في المجتمع لها ما يسوغها، مادامت تخدم مصالح الدولة.

وقد أسهم كتاب كثيرون منهم توماس هوبز، وهيغل ونيتشه في تطوير مفهوم نظرية السلطة وصولا إلى تطبيقها في كثير من الدول السلطوية، والديكتاتوريات مثل ألمانيا النازية واسبانيا في عهد فرانكو.

على الرغم من انحسار تطبيق هذه النظرية حاليا بسبب غياب الحكم الديكتاتوري التسلطي، فإنها تبقى صالحة ومعبرة عن كل حاكم يمارس سلطة دكتاتورية مهيمنة على مقدرات شعب ما وحريته وامكانياته .

1- **مبادئ**

نظرية السلطة:

ترتكز نظرية السلطة على أن الحاكم المطلق أو الحكومة هما وحدهما صاحبا الحق في الهيمنة على أمور الأمة، أو تصريف أمور العامة وأن الانسان شخصية غير مستقلة أو غير قادرة على بلوغ المستويات الرفيعة إلا تحت رعاية الدولة، وثمة ثلاث ركائز استندت إليها هذه النظرية هي:

أ- **مذهب**

الحق الإلهي: الذي اعتمد عليه الملوك في الحكم وتوارثه النبلاء، واحتفظ هؤلاء عن طريقه بأوضاعهم ومراكزهم السياسية

ب-الكنيسة الرومانية: وقد كان لها في القرون الوسطى سلطات واسعة وهيمنة كبيرة شملت الملوك، حتى إنها عزلت بعضهم وحرمت آخرين من الجنة حسب أوهامهم التي ابتدعوها، وسبب هذه الهيمنة هو ادعاء رجال الكنيسة السلطة الإلهية انطلاقا من فكرة اللاهوت

ج-التاريخ الطويل للفلسفة السياسية لفكرة التسلطية: والتي يمكن ردها إلى أفلاطون أن الفرد في هذه النظرية مسلوب الحرية والتفكير، مغيب الحقوق والإرادة، يتصرف في أموره وشؤونه حاكم مطلق أو قياديون متسلطون وفق ما يرونه في مصلحتهم وحفاظا عليه وحماية للأمة وحرصا على بقائها.

على الرغم من هذه الأفكار والمبادئ التي تنادي بها نظرية السلطة، فإن هناك أنصارا لهذه النظرية يؤمنون بوجود فروق بين أفراد الشعب من حيث قدراتهم الجسمية أو العقلية، ويبنون على هذه الفروق حكما مفاده أن ذوي المعرفة من العلماء والحكماء وذوي التجربة أو الاطلاع هم وحدهم أصحاب الحق في السيطرة الحقيقة على غيرهم من أفراد المجتمع في ظل الحاكم ووفق مشيئته ورضاه.

2-الخصائص الإعلامية للنظرية السلطوية:

تستند الفلسفة الإعلامية لنظرية السلطة الى قيام الحكومة بإصدار تراخيص وسائل الاعلام والرقابة عليها، وذلك بهدف الحد من النقد وإيقافه للمحافظة على النظام الحاكم، كما ترى أن واجب وسائل يتمثل في المحافظة على قداسة النظام القائم وإلهام الجماهير والاتفاق حول آراء السلطة واتجاهاتها ومن أبرز خصائصها هي:

- **تقييد التراخيص:** سيطرت الأنظمة السلطوية في القرن السادس عشر على وسيلة الاعلام الحديثة، وهي الطباعة عن طريق إصدار التراخيص للطابعين والناشرين، وتحكمت في ممارسي هذه المهنة، وكانت هذه الأنظمة تمنح الرخص لمن تطمئن إلى ولائهم لها، وتمنعها عن الذين تشك في ثقتهم وإخلاصهم لها.

- **تشديد الرقابة:** ظهرت الرقابة إلى جانب التراخيص في القرن السادس عشر في إنجلترا حيث عينت الحكومة الرقيب الذي يراجع ما تكتبه الصحف في أمر السياسة والدين مراجعة دقيقة، وفي القرن السابع عشر ازدادت المطبوعات زيادة كبيرة والتي جعلت الرقابة عليها شبه مستحيلة ثم جدت عوامل أخرى أدت إلى فشل نظام الرقابة حينذاك ومن أهمها ظهور الأحزاب السياسية وممارستها العمل الإعلامي المتمثل في الصحف والنشرات.

- **فرض العقوبات:** بعد ن وجدت الأنظمة التسلطية أن الرقابة على المطبوعات صارت أمرا صعب التطبيق، فرضت عقوبات رادعة على المطبوعات المخالفة لتوجهاتها ومبادئها، والتي تتضمن على سبيل المثال: هجوما على السلطة، أو انحرافا عن السياسة الرسمية، أو انتهاكا للسلوك الأخلاقي.

- **شراء الأقلام:** عمدت الأنظمة التسلطية إلى منح الأموال السرية لأصحاب الصحف لشراء دممهم وضمائرهم، وضمنت بذلك شراء صحف مشهورة، وأقلام موجهة بدلا من أن تصدر صحفا رسمية بأقلام رسمية.

- **فرض الضرائب:** سنت الأنظمة التسلطية تشريعا يقضي بفرض ضرائب على بالصحف والنشرات بهدف إرهاقها ماليا أو تخفيف نقدها لها.

- **مركزية المعلومات:** جعلت هذه الأنظمة من نفسها المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات، ولا يحق لوسائل الاعلام أن تنشر شيئا لا يكون مصدره النظام وأجهزته الرسمية أو دون موافقتها على النشر[1]

النظرية الشيوعية (الإشتراكية) :

تعد هذه النظرية امتدادا لنظرية السلطة، وهي تدين بوجودها للتطبيق العملي لآراء ماركس، لينين وستالين في مجال الاتصال الجماهير.

[1]. نسية حدوني، **ملخص أعمال موجهة لمقياس نظرية الإعلام والاتصال**، السنة ثالثة ليسانس الأفواج 27-28، كلية علوم الاعلام و الاتصال، قسم الاتصال، ص 10-11-12، تم الاطلاع بتاريخ20-02-2024،fsic.univ.alger3.dz//; https.

المبدأ الأساسي: ضرورة تغيير الاحتياجات الفردية حتى يمكن للفرد ان يشارك و يؤازر المجتمع ككل، و هدف الاتصال الجماهيري هو تأيد الحزب الشيوعي في جهوده لدفع الناس للعمل من اجل خير المجموع بدلا من المصالح الذاتية.

نظرتها الى الانسان، المجتمع، الدولة و الحقيقة:

الانسان: مصالحه تذوب في الدولة و المجتمع، ولابد أن يواجه اهتماماته الى المشاركة الجماعية في تأييد برامج الحكومة القائمة.

المجتمع: له دور فعال في دفع عجلة التطور، وله مرتبة أحسن من الفرد يعني على هذا الأخير أن يؤازر المجتمع ككل.

كما تطرح هذه النظرية فكرة الجماعية: وهي ذات أساس إيديولوجي يرى أن وسائل الاعلام ذات ملكية جماعية، فالشعب هو المالك الحقيقي لوسائل الاعلام، حيث يرى أن وسائل الاعلام و الشعب يعملان من أجل هدف مشترك هو بناء الشيوعية.

الدولة: هي غاية في حد ذاتها في ظل المرحلة الانتقالية (يعني من الاشتراكية للشيوعية) وهي التي تملك وسائل الاعلام و يوجهها الحزب ويسيرها حسب الأفكار و المبادئ السامية للدولة .
الحقيقة: الحقيقة هي ما تراه الدولة صالحا للنشر وما تسمح به فقط، الحقيقة هي ما يساهم في تحقيق السير الحسن لمؤسسات الحزب الحاكم.

ويرى عميد كلية الشيوعية "كارل ماركس" (نظريا) أن وظيفة الصحافة الأساسية في كل مجتمع شيوعي هي خلود وتوسع النظام الاشتراكي، ومن ثم فان هدف وسائل الاتصال هو نشر السياسات الاجتماعية، وليس المساعدة في الوصول للحقيقة.

وظيفة وسائل الإعلام: هي زيادة وحدة الفكر بين أعضاء المجتمع وتعليم المبادئ الماركسية وتفسير الأحداث على ضوء تلك المبادئ، كما أن عليها جذب التأييد الشعبي لبرامج الدولة المختلفة مثل زيادة الإنتاج.

ملكية وسائل الإعلام: الدولة هي التي تملك وسائل الإعلام، وتقع هذه الأخيرة تحت وصاية الحزب الشيوعي الذي يسيطر عليها عن طريق التوجهات و الفحص الدوري لمضمونها وبالنقد[1]

و الرقابة أحيانا، تفرض هذه النظرية أن الذي يملك وسائل الانتاج المادي هو بالضرورة الذي يسيطرأويملك وسائل الانتاج الفكري، يسعى النظام الشيوعي الى نشر وسائل الاعلام على نطاق أوسع بهدف إحداث تغيير على المستوى الداخلي، ونشر إيديولوجيته على المستوى الخارجي.

يقول لينين فلاديمير "**الأفكار أشد خطرا من البنادق**".

حرية الصحافة و التعبير: توجد – حسب النظرية الشيوعية – حرية تعبير فقط لأولئك الذين يؤيدون النظام القائم يعني الذين يستظلون تحت مظلة الحزب الشيوعي، وليس لأولئك الذين يريدون مناقشة المبادئ الأساسية.

وسائل الإعلام يسمح لها بانتقاد الجزيئات من القضايا والأمور الفرعية أو انحراف الأفراد، لكنها لا تستطيع أن تهاجم مبادئ المجتمع الأساسية، كما عليها أن تلعب دورا إيجابيا في تطور المجتمع الشيوعي.

مفهوم حرية الصحافة في العالم الشيوعي هو جزء من المفهوم الكلي أي أنها ما توافق الحكومة على منحة الوطنين لتحقق أهداف مسطرة، وأن حرية الصحافة و الاجتماع و التعبير ليست حقوقا يتمتع بها المواطنون ولكنها امتيازات محدودة تسمح بها أنظمة الحكم أحيانا لتعزيز أهدافها، ولعل ما حدث في بولندا سنة 1981 هو خير دليل على منظار الحرية للنظرية الشيوعية، وهذا حين قوبل مجرد قرار اتخذته نقابات عمال تضامن بإجراء استفتاء عام لتحديد مقدار التأييد الشعبي للحكومة باستيلاء الجيش بقيادة الجنرال جاروزلسكي على الحكم، وقد

[1] المحاضرة10 من محاضرات السنة الثانية، **مدخل الى نظريات الاعلام**، 05-2021، جامعة وهران، ص 12، تم الاطلاع بتاريخ 20-02-2024، https://elearn.univ-oran1.dz.

قررت حكومة هذا الأخير بوضوح أن الحصول على آراء المواطنين في أدائها إنما يتعارض مع مصالحه.

قد فهم" فلاديمير لينين" ما للصحافة من سلطان وقوة فهما أفضل من أي زعيم سياسي آخر في[1]

عصره.فلقد نظر إليها من زاويتين، الأولى وهي اعتبار الصحافة أداة فعالة لتنظيم معارضة راديكالية ضد حكم القياصرة والثانية هي كونها وسيلة ناجعة لتنظيم مجتمع بكامله تحت حكمه هو، حيث يقول:" **نطالب بحرية الصحافة للذين يعملون لجانبنا طالما أن أعدائنا مسيطرون على مقاليد الأمور، وعندما نسيطر نحن على مقاليد الأمور فلا حرية صحافة لهم**" كان لينين ينظر دائما إلى الصحافة على أنها قوة إيجابية حيث كتب سنة 1902 بحثا بعنوان: ما الذي يجب عمله؟وذلك في وصف الحاجة إلى جريدة حزبية حيث كتب يقول: "**لقد باتت الصحافة منذ زمن بعيد قوة في بلادنا وإلا فإن الحكومة ما كانت لتنفق عشرات آلاف من الروبلات لترشيها، ولكن ليست بدعة جديدة في روسيا المستبدة لأنها تخرق الصحف السرية حاجز الرقابة وترغم الصحف المحافظة والشرعية على أن تتكلم عنها بشكل علني**" مثلا" في تشيكوسلوفاكيا" لا توجد سلطة تعلو على سلطة " جوستاف هوساك " حيث فهم هذا الأخير سلطة الصحافة كما فهمها لينين يعني من كلتا الزاويتين : زاوية الموجود خارج الحكم الذي يحاول أن يصل إلى السلطة وزاوية الموجود في الحكم الذي يحاول الإحتفاظ بالسلطة، وكان هذا الزعيم قد سجن في الخمسينيات لإعتناقه مبدأ " القومية البرجوازية" وعندما اقترب ربيع براغ استغل حرية الصحافة المتزايدة ليطالب برد اعتباره لأنه من بين الذين أدينوا ظلما – حسب اعتقاده، لكن بعد الغزو السوفيتي أصبح "هوساك" زعيما للواقعيين وقد اختاره الروس ليتخذ الإجراءات الصارمة ضد حرية الصحافة، وغيرها من المؤسسات اللبرالية، وبعد شهر من تعيين زعيما للحزب الشيوعي في ماي1969 قد وصفا صريحا – على غير العادة– لأخطار

[1] نفس المرجع، ص13.

حرية الصحافة من وجهة النظر الشيوعية، وكان في عام 1968 يعني قبل توليه الزعامة وقبل اعتلائه منصة السلطة قد قال: **"إن الباب فتح لكي يدخل إلى الحياة السياسية الهامة من ذلك النفوذ الفعال في الصحافة والراديو والتلفزيون في بعض حلقات الحزب...إلخ"**

طبيعة الأخبار و معالجتها: الخبر في المضمون السوفيتي مثلا يعني أساسا كل شئ يمكن استخدامه لتوضيح سياسة الحزب الراهنة او التقدم الاقتصادي، ومن ثم فهو صالح للنشر، وكل ما عاداه تقريبا يعتبر غير مهم وبالتالي لا يستحق النشر.

إن رؤية " بلجانوف" مدير عام سابق لوكالة تاس للأنباء وكيفية معالجتها لا تزال قائمة إلى حد اليوم، كما كانت كذلك منذ خمسة وعشرين عاما مضى وهي: **" الأخبار ليست مجرد الإهتمام بتغطية الأحداث والحقائق، يجب على الإعلام أن يسعى وراء هدف، عليه أن يخدم وأن يدعم القرارات التي تصل بالواجبات الأساسية التي تواجه المجتمع السوفيتي وشعبنا الذي يسير في طريق التحول التدريجي من الإشتراكية إلى الشيوعية". "عند اختيار هدف الإعلام يجب على مؤلفي التقرير الإعالمي أن يتخلوا أولا وقبل كل شيء عن أي حدث لابد أن يغطى في صفحات الجريدة، وإن هدف الإعلام هو أن يقدم أحداثا ووقائع منتقاة..."**

الدليل على سريان هذه السياسة الاعلامية لحد الان هو ما ورد في فقرة اخرى اكثر حداثة في جريدة **البرافدا: يجب على الصحافة ألا تقدم صورة فوتوغرافية للحقائق و الوقائع، مجرد سرد لما حدث، ولكن عليها أن تقدم وصفا للأحداث و للظواهر موجها وذا هدف"** كما أن السياسة الاخبارية للاتحاد السوفيتي سابقا (كمظهر عملي من مظاهر الاشتراكية) تنتهج سبيلين، أحدهما ناتج عن عدم الكفاءة والتنظيم السيئ والآخر مدروس بدقة ومتعمد في أغلب الأحيان.

أما السبيل الأول فيمثل في التأخير و الإبطاء فمثلا في شهر فبراير مت سنة 1950 عندما وقع الاتفاق الصيني–السوفيتي في موسكو، قامت كل وسائل الاعلام الغربي في الحال بتغطية[1]

هذا الحدث الهام، وكان كل امرئ في المجر وغيرها من بلدان اوروبا الشرقية ينتظرون في ترقب نشر نص الاتفاق من موسكو وأخيرا قامت وكالة **تاس** بإرسال المادة الاعلامية بعد 24 ساعة من الحدث، أما السبيل الثاني فهو عدم الاكتراث التام و الكبت المستمر للأخبار الهامة والتقارير الصحفية عن أحاث لها ثقلها تقع داخل البلاد أو خارجها، بالرغم من أن هذه السياسة تتعارض بشدة مع مبادئ لينين حيث يقول:"**ان الدولة تنال قوتها من وعي الجماهير، والدولة تصبح قوية عندما تعرف الجماهير كل شي، وتكون قادرة على إصدار حكم على كل شيء وتفعل كل شيء بوعي**"، أما فيما يتعلق أو يخص بمعايير "الخبر عبر الجديد بالنشر" فلم تغير حيث تبع الطريقة التقليدية وهي تقديم الخبر كمادة طبيعية أو حادثا صناعي ثم إرفاق الخبر بهذه العبارة:"**إن السلطات ذات الكفاءة قد بدأت التحقيق**" في سطور قليلة لا ينقل في طياتها إلا جزء ضئيل من الواقع الفعلي.

وكمثال على هذه السياسة الإخبارية ماجرى في حوار بين مراسل جريدة **واشنطن بوست** في موسكو يدعى **روبرت كيسر** وبين رئيس قسم المعلومات في جريدة **البرافدا** السيدة **إرينا كابريلوفا** وهذا في بداية السبعينات حيث سألها عن تغطية تحطيم الطائرات باعتبارها مسؤولة بتغطية مثل هذه الحوادث قائلا لها:"**لما لم تقم الصحافة بتغطية تحطيم الطائرات**" فأجابته قائلة:" **القارئ يجب أن يعرف شيئا جديدا وطيبا**"، وعندما قام هذا المراسل بتذكيرها بقصة الطائرة التي كان بها عطل في جهاز الهبوط والتي هبطت سالمة رغم ذلك بفضل مهارة الطيار واحتياطات الطاقم الأرضي، قالت له:"**نحن نكتب عن الحادثة عندما تكون فيها بطولة أو شجاعة أو تغلب على مخاطرة كبيرة ...**" ثم قال لها:"**لكن ماذا عن هذه الظروف المؤسفة عندما تسقط**

[1] نفس المرجع، ص14-15.

طائرة؟ " فكان جوابها :"**ما الفائدة من الكتابة عن كل شيء؟ أن الحوادث تقع بسبب عطل فني وهذا لا يهمنا كثيرا**"، الشيء الذي دفع هذا المراسل إلى إثارة هذا الموضوع هو وقوع حادثتين: أما الأولى ففي 1972 سقطت طائرة **إيروفلوت** القادمة من **لينجراد** في مستنقع خارج موسكو حيث قتل فالحادث 176 من بينهم 39 أجنبيا، ودفن هذا الخبر الهام في 42 كلمة في الصفحة الأخيرة من جريدة **البرافدا** (والاعتقاد أنه كتب بسبب الأجانب الضحايا) وأما الثانية: ففي شهر جوان1973 وقع إنفجار الطائرة السوفيتية النفاثة في الجو أمام عدسات الكاميرات التليفزيونية وأمام آلاف وحتى الملايين المشاهدين في معرض باريس الجوي، ومع هذا فهذا الخبر كتب –في الاتحاد السوفيتي– في 27 كلمة في نهاية الصفحة السادسة، بالرغم من أن نفس الخبر كان الخبر الرئيسي في أغلب صحف العالم.

لذلك مايمكن قوله في هذا الإطار هو أن السياسة الاخبارية للنظرية الإشتراكية (نظريا) و الاتحاد السوفياتي –سابقا– (عمليا) تسير على مبدأ اساسي وهو: ضرورة تشر فقط الأخبار التي تخدم النظام السياسي القائم وتراعي مبادئ و أساسيات الحزب الحتكم وضرب عرض الحائط باقي الأخبار التي ينظر إليها – بمنظار الشيوعية – على أنها لا تقدم لمسيرة النظرية الإشتراكية أي شيء بل حتى وتضرها وتهدد سيرها المخطط[1].

المطلب الثالث: نظرية المسؤولية الإجتماعية والنظرية الليبرالية

النظرية الليبرالية:

تاريخ النظرية:

بعد أن عاشت أوروبا في القرون الوسطى عصورا مظلمة ساد فيها الجهل والتخلف وانتشر الاضطراب والفوضى وسيطرت الكنيسة على الأفكار والمعتقدات وجثم الحكام الديكتاتوريون على صدور شعوبهم، وكبتوا حرياتهم وأخذت دوا هذه القارة تنهض شيئا فشيئا، وبدأ بصيص نور الحضارة الأوروبية ينمو ويتسع في أواخر القرن السادس عشر، مستمدا ضياءه من

[1] نفس المرجع، ص16.

الإنجازات العلمية التي كانت تتقدم باستمرار، وتقدم كل يوم شيئا جديدا إضافة للاكتشافات الجغرافية التي كانت تتسع رقعتها باطراد والأفكار الجديدة التي حملتها الثورة الفرنسية.

في هذه البيئة الناهضة التي كانت تريد أن تتخلص من عقال الماضي، وتنطلق صوب تحقيق الأهداف المكتوبة واخراج الطاقات الكامنة والتحرر من أسر المعتقدات والمبادئ المنبوذة ولدت هذه النظرية مستمدة قوتها من الثورات الكبيرة التي شملت الأفكار السياسية والمؤسسات السياسية لغرب أوروبا.

كان للسياسة التي مارستها الكنيسة كغلق باب التفكير والاجتهاد وحصره في رجالها أثر كبير في ظهور حركات إصلاحية ثارت لى هذه السياسة، ودعت إلى إطلاق حرية الفكر والحوار وأعلنت رفضها التحجر والانغلاق، وانطلقت في القرنين السابع والثامن عشر ثورة فكرية، تدور حول اعتقد الانسان أنه سيد نفسه وأنه يمكن عن طريق العلم والفهم أن يحقق أسباب القوة وأن يفهم وأن يسود العالم بطريقة أفضل.

شكل ذلك نقطة انعطاف مهمة في تاريخ نظرية الحرية في أوروبا في القرنين الثامن والتاسع عشر، وخاصة الثورة الفرنسية التي انطلقت عام 1789، وأعلنت حقوق الانسان وكان لها مفهوم اقتصادي مفاده: ترك الفرد حرا في مزاولة نشاطه الاقتصادي ونشاطه الفكري، دون أي تدخل من جانب الدولة في هذا النشاط بأي شكل من الأشكال.

ومع انتشار مبادئ هذه النظرية واتساع رقعتها أخذت دول أوروبا الغربية تنتهجها سياسة عامة لها، ثم حذت جول أخرى حذوها كالولايات المتحدة واليابان وعدد من دول أوربة الشرقية بعد تفكك الاتحاد السوفياتي في بداية التسعينيات.

مبادئ النظرية:

استندت هذه النظرية فلسفتها وأفكارها وتأثرت بآراء عدد كبار من الفلاسفة الغربيين في السياسة والاقتصاد والتربية منهم **آدم سميت، جون لوك وجون ملتون، ولامارك ونيوتن.**

وملخص هذه النظرية أن الانسان مخلوق يسيره العقل لا العاطفة والعقل من طبيعته البحث عن الحقيقة، وهذا يؤدي إلى معرفة قوانين الطبيعة، فالحقيقة تستمد من عقل الانسان لا من السلطة الحاكمة والانسان أيضا كائن أخلاقي والأخلاق هي التي تحدد التزاماته نحو الآخرين، وبالتالي ليس من واجب الحكومات أن تفرض أي سلطة على حرية الكلمة ولا على الصحافة الحرة، وحجتهم في ذلك أن التحرر الخلاق أفضل من النظام المؤدي إلى الخمود، وركز منظرو هذه الفلسفة على الجانب الاقتصادي في حياة المجتمع، وأولوه عناية كبيرة واهتماما بالغا فلقد دعا آدم سميث إلى انتهاج قوانين الاقتصاد الكلاسيكية التي تدعو إلى عدم تدخل الحكومة في السوق نظرا لأنه سينظم نفسه وأوضح أن الحكومة المثلى هي التي تحكم بدرجة أقل وهكذا فالطريقة لمعرفة الحقيقة تكون بترك الآراء تتصارع وتتنافس بحرية في ميدان أو سوق حرة مما يتيح للأفراد الفرصة لمقارنة الآراء المختلفة واختيار الرأي الأصيل الذي يسود في النهاية بعد تداول المشاورات وتبادل وجهات النظر.

استطاعت المجتمعات بذلك تحقيق انتصارات مهمة منها: لتوسع في التعليم، ومنح حقوق الانتخاب للكثير من المواطنين، وحق الفرد في ممارسة نشاطه الاجتماعي، والتنافس في الحصول على أكبر قدر ممكن من الربح وزيادة الإنتاج بالجملة، كل ذلك أدى لاحقا إلى ظهور الديمقراطيات الرأسمالية وظهور الاحتكارات بأوسع معانيها وفي الجانب الواقعي فإن تطبيق مبدأ حرية الصحافة لايزال بعيدا عن كونه تطبيقا صريحا حيث لم تتم حتى الآن تسوية قضية ما إذا كانت حرية الصحافة هدفا في حد ذاتها أو وسيلة لتحقيق غاية أو حقا مطلقا[1].

خصائص النظرية:

تستند الفلسفة الإعلامية لنظرية الحرية إلى إبعاد كل أنواع سيطرة الحكومة وتحكمها في وسائل الاعلام فيما عدا بعض التدخلات فيما يخص قوانين القذف والخلاعة وذلك بهدف

[1] عبد الرحمان مشاقبة، **نظريات الإعلام**، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص159.

إنشاء سوق حرة للأفكار وإتاحة الفرصة لما يسمى بعملية التصحيح الذاتي للمجتمع والتفكير من خلال الحوار وتبادل الأفكار ومن أهم خصائصها:

- التحرر من الضوابط الرقابية
- حرية التراخيص
- التركيز على الجانب المادي
- استخدام المعاير المهنية
- استخدام المواد الاعلامية
- وضع قيود على تملك الحكومة للصحف
- حماية مالكي وسائل الاعلام
- الانعتاق من قيود النشر[1]

نظرية المسؤولية الإجتماعية:

يقول الباحث **أبو راشد فرج** في كتابه " المسؤولية" معرفا هذه الأخيرة :" المسؤولية هي الواجب الملقى على عاتق المرء والناتج عن أمور أو أعمال أتاها"، تعد هذه النظرية مفهوما أنجلوساكسونيا مثل النظرية الليبرالية، ويرجع الأصل في صياغتها إلى إنشاء لجنة حرية الصحافة Commission on freedom of the press برئاسة prof : Hutchins في الولايات المتحدة سنة 1947، وهذا بعد أن ارتفعت الأصوات المنتقدة للممارسات العملية للصحافة ذات الطابع الخطير على مصالح المجتمع وهذا بعد تنامي السوق الرأسمالية تكنولوجية الاتصال.

مبادئها (أساسياتها):

[1]. نسية حدوني، **ملخص أعمال موجهة لمقياس نظرية الإعلام والاتصال**، المرجع السابق، ص15.

– ترتكز هذه النظرية على فكرة مفادها "**أن الحرية بعامة وحرية وسائل الاتصال بخاصة لا يمكن ممارستها بمعزل عن التزامات حياة المجتمع**"، يقول **روبرت ف كنيدي: "في رأيي أن الصحف مساوية للمحاكم وأحيانا تسبق المحاكم في نظامنا لحماية حقوق الشعب الأساسية".**

– تعطي النظرية تصورا جديدا لطبيعة الإنسان، المجتمع، الدولة والحقيقة، يختلف على حد كبير عن تصور النظرية الليبرالية التقليدية.

الانسان: فهي إذ تعترف بعقلانية الإنسان إلا أنها تعتقد أنه كثيرا ما لا يستعمل عقلانيته بسبب عدم اكتراثه ونفوره، ما يجعله طريدة سهلة للديماغوجيين وأصحاب الإشهار.

المجتمع: بتأكيد النظرية على مسؤولية وسائل الإتصال، فهي تعطي أولوية أكثر للمجتمع على حساب الفرد، وبالتالي أصبحت المصلحة العامة تحتل المرتبة الأولى، وابتعدت بذلك على النزعة الفردية للنظرية الليبرالية.

الدولة: لم يعد ينظر للحكومة كعدو يجب محاربة تدخلاته، بل ترى أن عناك مجالات عديدة بإمكان الحكومة التدخل للمحافظة على الحرية والمواطنين، وهذا من خلال وضع تشريعات وسن قوانين تخص هذا الجانب.

الحقيقة: تشك هذه النظرية في مسألة ظهور الحقيقة من خلال عمليتي التنافس في السوق الحرة للأفكار والتصحيح الذاتي.

حيث ترى انه في ظل النزعة الاحتكارية الاتجاه نحو التركيز concentration و التعقيد في صناعة الاتصال، أصبح من غير الممكن اقران حرية التعبير و النشر بحرية الملكية لوسائل الاتصال بعد أن تركزت ملكية هذه الأخيرة في أيدي قلة من أصحاب رؤوس الأموال مما يهدد الجمهور في المعرفة.

عوامل ظهور النظرية:

1– التطورات التكنولوجية:

التقدم التكنولوجي في شكل الابتكارات الجديدة في مجال الطباعة السحب واختراع الهاتف زاد من حجم وسرعة وفاعلية وسائل الاتصال القديمة وأدى ظهور وسائل اتصال جديدة كالسينما والراديو والتلفزيون.

صاحب عملية التصنيع بنمو في حجم الإشهار الذي أصبح الدعم الأساسي في تمويل الجرائد والمجلات و الأذاعة...[1]

تميزت هذه المرحلة كما يشير كل من Murdoch et Golding بحدوث تحولات في البنيات الاقتصادية للبلدان الرأسمالية، حيث أصبحت تدريجيا ملكية وسائل الانتاج أكثر تركيزا في عدد قليل من الشركات، ولم يستثن قطاع الاتصال من هذا التطور حيث أصبحت وسائل الاتصال تملكها قلة من أصحاب رؤوس الأموال، وهذا ما أدى الى عدد قليل من الجرائد الى الانفاق على هيئات التحرير و تحسين ظروف الموزعين وبذلك تحقق مبيعات أكثر والوصول الى جمهور عريض، وفي الجهة المقابلة ارتفعت نفقات الصحف الصغيرة وعدم قدرتها على التنافس الحاد والانسحاب بذلك من السوق، كما مست ظاهرة التركيز للإذاعة، التلفزيون والسينما وأدخل عنصر الضخامة Bigness على وسائل الاعلام.

2-العامل الإيديولوجي والدمج بين الواقع والرأي:

بعد سيطرة قلة من أصحاب النفوذ المالي على ملكية وسائل الإعلام، وقصد تمرير آرائهم وأهدافهم كانت الوقائع والأحداث لا تمر الى الجمهور من دون توجيه من اصحاب رؤوس الأموال كما أن نشوء الأحزاب والصراعات السياسية والحروب أدى إلى ظهور

[1] المحاضرة10 من محاضرات السنة الثانية، **مدخل الى نظريات الاعلام**، ص7.

صحف حزبية وصحف تضفي على الوقائع آراء وتوجيهات حسب ما تقتضيه المصلحة، وبذلك اختلطت الوقائع بالآراء وأصبح الجمهور لا يثق في المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام لعلمه مسبقا أنها موجهة حسب الآراء و الفلسفات.

هكذا لجأت الصحافة إلى إتباع أسلوب جديد يتمثل في فصل الواقعة (الحدث كما وقع) عن الرأي (المعتقدات الشخصية).

يقول في هذا الإطار الكاتب والصحفي الكبير **محمد حسنين هيكل** (كاتب ومؤلف لكتب[1]

كثيرة منها: خريف الغضب، بين السياسة والصحافة...).:"**قد أستطيع أن أعيش إذ قلت لي كل ما يجري بدون آراء، لكن كيف أستطيع أن أعيش بالآراء من دون معرفة ما يجري**".

يقول كذلك **سكوت** (من كبار الصحفيين في إنجلترا) "**إذا كان الواقع مقدس فالرأي حر**". تأسس نهائيا الفرق بين المحقق والصحفي وبين المراسل وكاتب الإفتتاحية، كما ساعد الصحافة على أن تصبح مهنة التحاق رجال – في منتصف القرن الماضي– ذوي مبادئ وتعليم عالي بمهنة الصحافة إلى جانب تأسيس مدارس الصحافة مع مستهل هذا القرن الماضي ب USA والتي لم تكن تهتم فقط بتدريس تقنيات الصحافة وإنما أظهرت اهتماما بمسؤولية وسائل الإعلام اتجاه المجتمع.

3-انتقاد الصحافة:

بعد تطور الهائل للصحافة ونظرا لتزايد الشعور بالدورالخطير الذي تلعبه في تشكيل الرأي العام، فقد كانت عرضة لانتقادات كثيرة، وإن كان أول كتاب ينتقد الصحافة كان قد ظهر في 1858، لكن هذه الانتقادات ازدادت حدة خلال القرن 20 تتمثل في:

[1] نفس المرجع، ص9.

أ- خضوع الصحافة إلى أصحاب الإشهار من خلال تدخلهم في سياسة التحرير.

ب- نزوع الصحافة إلى إستعمال سلطتها القوية لخدمة مصالحها ونشر المالكين لها لآرائهم الذاتية في مجال السياسة والاقتصاد على حساب الآراء المعارضة.

ج- وقوف الصحافة ضد التغيير الاجتماعي من خلال محافظتها على الوضع الراهن.

د- أعطت الصحافة أهمية لما هو مثير وسطحي أكثر من اهتمامها بتغطية الأحداث اليومية الترفيه المقدم طرفها يفتقد الى النوعية الجيدة[1].

هـ- تهديد الصحافة للأخلاق العامة من خلال ما تبثه من صور لمحتويات تنافى وأخالق المجتمع واعتماد مثلا التلفزيون والسينما على وحشي الجنس والعنف كعنصري تشويق.

و- غزو الصحافة للحياة الشخصية للموطنين ونشرها للفضائح.

لقد جادل البعض بأن الصحافة تعمل بشكل غير مسئول حينما تستهدف خدمة مصالحها فقط في تحقيق الربح : فالناشرون والإذاعيون يمكن أن يحققوا أرباحا طائلة لو أنهم صبغوا أخبارهم بطابع الإثارة ففي عام 1979 سحبت الحكومة الأمريكية دعواها القضائية ضد مجلة **progressive**التي تصدر في **وسكنسون** لتكفل لها حقها الشرعي في نشر مقال تشرح فيه الصحفية كيفية صنع قنبلة ذرية، وفي ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية لا ينبغي السماح بنشر مقال كهذا.

مصادر صياغة هذه النظرية:

[1] نفس المرجع، ص9.

بعد ظهور ظاهرتي التركيز والاحتكار لوسائل الإعلام، بدأ العاملون في قطاع الإعلام يبحثون في مسؤولية الصحافة اتجاه المجتمع، مما دفع إلى إنشاء في كل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية لجان صحافة وصياغة مبادئ أخلاقية ومواثيق من شأنها توجه الصحافة نحو خدمة المصلحة العامة، في هذا السياق تمت المصادقة على أولى المبادئ الأخلاقية للصحافة من طرف الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف عام 1923 داعية الصحف إلى التحلي بروح المسؤولية اتجاه المصلحة العامة.

كما دعا ميثاق الراديو 1937 وميثاق التلفزيون 1953 ب USA المؤسستين إلى العمل من

أجل تلبية احتياجات المجتمع وكذلك مراعاة المعايير المقبولة للذوق السليم في البرامج، كما انتقد الميثاقان النزعة المفرطة إلى الترفيه على حساب الجانب التربوي[1].

أما في أوروبا –حسب **حمدي حسن**– من خلال كتابة "**مقدمة في دراسة وسائل الاتصال وأساليبه**" فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تتواجد بدرجة تفوق تواجدها في الولايات المتحدة الأمريكية ففي بعض الدول الأوربية وبخاصة الغربية منها يعمل الصحفيون بموجب ترخيص يمكن سحبه من خلال بعض القواعد والقوانين الصحفية، ففي إنجلترا يعطي قانون يعرف باسم "**قانون الأسرار الرسمية**" الحكومة سلطة ضد أي وسيلة إعلامية يمكن أن تعرض أمن الدولة للخطر، ولو أن قضية مجلة Progressive أثيرت في بريطانيا لتم منعها، كما أنشئت على غرار الولايات الأمريكية في أوروبا الغربية مجالس صحافة تحمي الجمهور من إنزلاقات الصحافة وضغوط الحكومة تتلخص أهدافها فيما يلي:

- إبعاد الضغوط الحكومية عن الصحافة.
- الوقوف كحاجز يحمي الجمهور من تجاوزات الصحافة وهذه الأخيرة من تجاوزات الحكومة.
- نشر مداولاتها لتنوير الرأي العام بخصوص ممارسات الصحافة لكسب التأييد الشعبي.

[1] نفس المرجع، ص10.

إن المحاولات السابقة لم تنتظم في شكل نظرية جديدة متكاملة إلا عام 1947، فبعد صدور لجنة حرية الصحافة والتي كما قلنا آنفا كان يرأسها Robert.M.Hutchins وقد أصدرت اللجنة تقريرا في مجلدين أشرف عليه W.E.Hocking أستاذ الفلسفة بجامعة هارفارد، انتهت فيه إلى أن حرية الصحافة ينبغي الحفاظ عليها ولكن إذا ما قبلت وسائل الإعلام الجماهيرية القيام بمسئوليتها تجاه المجتمع ولاحظت هذه اللجنة أن المبادئ الأخلاقية المصاغة من قبل تفقد إلى الصفة "الإلزامية" لتنفيذها مما أدى بها إلى تقديم تصور جديد لمهام وسائل الإعلام.

1-**حاملة أفكار عامة:** ينبغي أن تعمل الصحافة كمنبر لتبادل التعليق والنقد وأن تعكس لوجهات نظر مخالفة لأفكارها حتى وإن كانت مغايرة لآراء المسيرين[1].

2-**الحقيقة والمعنى في الأخبار:** ينبغي على الصحافة أن تعطي تقريرا شاملا وذكيا عن الأحداث اليومية في إطار يعطي لها معنى مع الدقة وعدم الكذب وأن تقيم الفرق بين الرأي والواقية ولا تكفي برواية الوقائع وإنما تعطي الحقيقة حول هذه الوقائع.

3-**صورة ممثلة عن المجتمع:** وهذا بغض النظر عن لونهم وعرقهم ومرتبتهم الاجتماعية.

4-**توضيح أهداف المجتمع:** بتوضيح قيم المجتمع والتمسك بالمثل العليا للمجتمع الليبرالي والرأسمالي.

5-إعطاء معلومات كاملة عن الأحداث اليومية.

لكن رغم ذلك فقد سجلت هذه اللجنة فرقا شاسعا بين النظرية والتطبيق رغم تقبل الصحافة لهذه الوظائف وعلى هذا أشارت إلى مجالات أخرى تساهم في تقليص هذه الفجوة:

1-على الصحافة أن تقوم بدور "الخدمة العمومية" وأن تتحلى بالروح المهنية مثلما هو معمول به في الطب والمحاماة.

2-على الجمهور أن يكون أكثر إدراكا لقوة الصحافة الهائلة، لأن إدراك الجمهور لفشل الصحافة يجعله يعمل على تحسين أدائها.

[1] نفس المرجع، ص11.

3-بإمكان الحكومة تشجيع مشاريع جديدة في صناعة الاتصال مع اتخاذ إجراءات قانونية ضد الإساءة إلى مبدأ حرية التعبير والصحافة.

في ظل هذه تظل وسائل الإعلام مملوكة ملكية خاصة ولكنها تخضع لعقوبة المجتمع فإذا لم تخدم مصالح المجتمع أو هددت أمنه فإنه يمكن للحكومة أن تتولى الأمر لتأكيد الصالح العام.

نقد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية -حسب البعض- من أشهر نظريات الصحافة السائدة في العالم وأكثرها انتشارا، ومع ذلك تبقى مجرد نظرية ولا نجد تطبيقا فعليا لكثير من مبادئها على أرض الواقع، لأنها في أغلب الأحيان لا تكتسي الصفة الإلزامية حتى تطبق حرفيا.

حسب البعض الأخر فإن هذه النظرية لا تختلف عن النظريات الثلاثة الأخرى إاى الحد الذي يمكن معه القول بأنها نظرية لا تضيف جديدا ولا تقف وحدها كنظرية متميزة، ذلك أن الصحافة في ظل أي من النظريات الثلاث الأخرى مسؤولة اجتماعيا إذا ما حققت متطلبات القيم والمعايير السائدة في أي مجتمع، وحينما لا يعكس أي نظام إعلامي فلسفة بلاده السياسية فإنه حينئذ يمكن أن يتهم بعد المسؤولية.

بعبارة أخرى فإن نظرية المسؤولية لا تبدو وكأنها تتواجد منعزلة عن النظريات الأخرى أو إضافة جديد لها فهي جزء من كل نظرية من النظريات السابقة.

ففي الولايات المتحدة يتعين على النظام الإعلامي أن يكون مسئولا من الناحية الاجتماعية ولكن النظرية السياسية السائدة هناك تفترض وجود مجال للمعارضة و الآراء المخالفة ليس فقط على مستوى الأشخاص وإنما على مستوى المؤسسات الصحفية، ومن هنا فإن النظام الإعلامي لن يكون متجانسا في رؤيته للمسؤولية الاجتماعية التي هي مجال للجدل بين التيارات السياسية المتعارضة.

تبقى كذلك –هذه النظرية– محدودة الفائدة رغم أهميتها ما دامت لم توجه اهتماما كافيا لمسألة الملكية ورقابتهم في وسائل الإعلام .

حبذا لو يطبق هذا الشعار:

- صحافة باحتياجات الجمهور خبيرة .
- بمختلف فئات المجتمع بصيرة .
- على ثقل المسؤولية والضمير صبورة[1].

المبحث الثاني: علاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية في انظمة الحكم المختلفة

تختلف علاقة وسائل الاعلام بالتنمية السياسية باختلاف انظمة الحكم في كل بلد سواء كانت دول ديمقراطية او غير ديمقراطية .

المطلب الأول: علاقة الإعلام بالتنمية السياسية في الأنظمة الديمقراطية

يعد الاعلام من الأدوات الفاعلة و المهمة في المجال السياسي فهو لا يقوم فقط بنقل الرسائل و المعلومات من المؤسسات السياسية إلى الجمهور، ولكنه يحول هذه المعلومات من خلال مجموعة متنوعة من العمليات الخاصة بصناعة الأخبار لتحقيق أهداف وغايات محددة، حيث تعد العلاقة بين الإعلام والعملية السياسية علاقة جدلية، إذ إن الإعلام عمل على نقل وتحليل النشاط السياسي ولكنه في نفس الوقت يعد جزءاً من العملية السياسية باعتباره من المصادر المتاحة أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات وتلقي ردود أفعال

[1] المحاضرة10 من محاضرات السنة الثانية، **مدخل الى نظريات الاعلام**، ص12.

الجمهور نحو سياستهم وقرارا ومواقفهم مما يساعد على صنع القرار السياسي، فضلاً عن اعتماد الجمهور عليها في تكوين اعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث و السياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به، وما يترتب عليها من سلوكيات وردود أفعال إزاء هذه الأحداث.[1]

ينظر علماء السياسة إلى الإعلام باعتباره جزءاً من النسق السياسي تستخدمه النخبة الحاكمة، والقيادات السياسية لإضفاء الشرعية والمصداقية على النظام السياسي، وتدعيم المؤسسات السياسية القائمة، وتبرير السلوك السياسي للقادة والمسئولين[2].

كما تؤكد بعض الدراسات وجود علاقة ارتباطية بين حرية وسائل الإعلام والقدرة في الوصول إلى المعلومات، وبين توافر مؤشرات الحكم الرشيد المتمثل في الاستقرار السياسي وحكم القانون، والفاعلية الحكومية وانخفاض مستوى الفساد، فالمجتمعات التي يتمتع فيها الجمهور العام من الوصول إلى الصحف الحرة المستقلة ووسائل الإعلام الأخرى، لديها استقرار سياسي كبير و يسود فيها حكم القانون وتتمتع فيها الحكومة والنظام السياسي بالقدرة والفعالية في معالجة القضايا المختلفة، كما تنخفض فيها مستويات الفساد[3].) ،" فيرى كيو هو يوم " أن هناك نسبة كبيرة من الاتفاق على وجود علاقة قوية بين الديمقراطية وحرية الإعلام، وأنه لا يمكن أن تتحقق الديمقراطية دون وجود وسائل إعلام حرة، توفر إمكانية إدارة النقاش الحر بين الاتجاهات السياسية والفكرية المختلفة، كما توفر المعرفة للجمهور، فكلما قلت أو ضعفت القيود على وسائل الإعلام، زادت قدرتها على القيام بوظائفها في المجتمع الديمقراطي .

يفترض "جيرقان هابرام "ضرورة توافر أربعة شروط أو محددات رئيسة حتى تتمكن وسائل الاتصال من القيام بوظائفها وهي :

---

[1] صفوت العالم، **دور وسائل الإعلام في الإصلاح السياسي بعد الانتخابات الرئاسية والبرلمانية 2005**، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2005،ص4.

[2] Dominique Walton, **Political Communication:The Construction of a Model,** European Journal of Communication, vol 5, N9, 1990 , p 9-10.

[3] عبد الغفار رشاد القصبي، **الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي**، القاهرة: مكتبة الآداب، 2007، ص43.

1 – القدرة على تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع: حيث إنه توجد في كل مجتمع مجموعة من الجماعات ذات الأهداف والاحتياجات والإيديولوجيات المختلفة، وحتى تستطيع وسائل الإعلام أن تمثل المجتمع في تنوعه فا لا بد أن تتيح لكل هذه الاتجاهات فرصة الوصول إلى الجماهير، وأن تعرض أفكارها دون أية قيود من السلطة الحاكمة، وعندما يتحول استخدام

وسائل الإعلام إلى نوع من الامتياز والاحتكار لبعض الأشخاص والجماعات والاتجاهات الفكرية والإيديولوجية المسيطرة تتراجع الديمقراطية، وتنتفي وظائف الإعلام الديمقراطي.

2 – حماية وسائل المجتمع: فيرى" جيرقان " ان الشرط الثاني لقيام وسائل الإعلام بوظيفتها في المجتمع الديمقراطي هو أن تتوافر لها القدرة لحماية مصالح المجتمع، بأن تكون كلب حراسة للمجتمع حيث يتطلع الجمهور لوسائل إعلام تراقب تركيب السلطة داخل المجتمع، وتمثل مصالح المجتمع في مواجهة السلطة، وإخبار الجمهور بأية انحرافات تتركها السلطة

3– توفير المعلومات للجمهور: حيث إن توفير وسائل الإعلام للمعرفة يتم لصالح الأفراد والمجتمع في الوقت نفسه، ومن خلال ذلك يتكامل دور وسائل الإعلام مع دور المؤسسات التعليمية، فلكي يزدهر المجتمع الديمقراطي فإن أعضاءه يجب أن يتقاسموا المعرفة، وتقاسم المعرفة هو شكل من أشكال التعليم الذي يضمن أن تكون عملية صنع القرار صحيحة وقائمة على المعرفة،فيشير "جيرقان هيرماس" الى ضرورة توفير المعرفة للجميع لكي يستطيعوا أن يتخذوا القرارات الصحيحة، ولكي تكون تلك القرارات في صالح المجتمع، وهذا لا يمكن تحقيقه إلا إذا حصل كل مواطن على المعلومات عما يحدث في العالم، وأصبح هناك فهم مشترك بين المواطنين لهذه الأحداث، وفي ذلك يقول "هيرماس" " إن وسائل الإعلام تجعل المواطنين يفهمون ما يحدث في العالم، بينما تعطيهم المدارس القدرات للتعامل مع هذه الأحداث ".

4– مساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية: فوسائل الإعلام تساهم عن طريق تقاسم المعرفة في تحقيق الوحدة الاجتماعية، كما تساعد على أن يظل موحداً حيث توجد ثقافة عامة مشتركة

لكل أعضاء المجتمع، ووسائل الإعلام تقوم بنشر هذه الثقافة العامة المشتركة، فكلما شعر أعضاء المجتمع بهذا المشترك الثقافي زاد توحدهم وزادت قدرتهم على اتخاذ القرارات التي تحقق المصلحة العامة، فالمساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية والترابط تعد من الوظائف الرئيسة للإعلام كما حددها "لاسويل" حيث يرى أن من الوظائف المهمة للاتصال هو تحقيق الترابط في المجتمع تجاه البيئة الأساسية وقضاياها، وتفسير ما يجري من أحداث وما يبرز من قضايا بما يساعد على توجيه السلوك حيث للاتصال دور في تشكيل الرأي العام الذي به تتمكن الحكومات في المجتمعات الديمقراطية من أداء مهامها[1].

يرى "جينينغ و تومسون" أن الإعلام الحر يقوم بثمانية وظائف أساسية لدعم عملية التطور الديمقراطي والإصلاح السياسي وتشمل هذه الوظائف الآتي:

1 – وفاء بحق الجماهير في المعرفة: من خلال نقل الأنباء من مصادر متعددة، وشرحها وتفسيرها، ونقل الآراء المختلفة حول القضايا الداخلية والخارجية . .

2 – الإسهام في تحقيق ديمقراطية الاتصال: من خلال تحولها لساحة للتعبير الحر عن كافة الآراء والاتجاهات وإتاحة الفرصة للجماهير لإبداء آرائها في المشروعات الفكرية والسياسية المطروحة، وفي التعبير عن مشاكلها.

3 – الإسهام في تحقيق المشاركة السياسية: من خلال إتاحة المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين للمشاركة واتخاذ قرار بالانتماء للأحزاب السياسية، أو التوجهات الفكرية، أو التصويت بما يدعم النشاط السياسي العام.

4 – ادارة النقاش الحر في المجتمع: بين جميع القوى والتوجهات والأفكار للوصول إلى أفضل الحلول

[1] عبد الباقي عيسى، **وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي في الدول العربية إشكالية الدور.. وآليات التعزيز**، المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر، القاهرة: 2012، ص18.

5 – الرقابة على مؤسسات المجتمع: وحمايته من الانحراف و الفساد، عن طريق الكشف عن انحرافات السلطة، وفساد مسئوليها، وإساءة استخدام السلطة لتحقيق المنافع الشخصية.

6- مساعدة في صنع القرارات: فلوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية ويرجع ذلك لأنها تؤثر على القرارات السياسية فقد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، كما أن صانع القرار ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته، فوسائل الاتصال في الأنظمة الديمقراطية تكون حرة في نقل المعلومات والتفاعل مع القضايا والأحداث وبالتالي تكون قدرتها على صنع القرار قوية، بينما في النظم السلطوية حيث تنقل المعلومات من أعلى إلى أسفل، يضعف الدور الذي قد تمارسه هذه الوسائل.

7 – التأثير في اتجاهات الرأي العام: حيث أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة[1]

تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام، وتزوده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشئون العامة ومعر فة الشخصيات السياسية بجانب دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، فعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية نظراً لأن الجمهور لا يملك التحكم فيما يقدم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائل الإعلامية، فعن طريق مضمون هذه الوسائل يمكن التعرف على توجهات الرأي العام ورؤيته حول مختلف القضايا مما يرشد السلطة السياسية ويسهم في إنجاح سياساتها ويقلل من فرص تعرضها للخطر والانتقاد من قبل الرأي العام، فالحكومات لا تستطيع أن تصل إلى الجماهير إلا من خلال هذه الوسائل التي لها قوى كبرى في التأثير على الرأي العام، كما أن ثقة الجمهور في وسائل الإعلام تفوق عادة ثقته في الحكومات .

8 – مراقبة الأحداث المعاصرة: و هي الأحداث التي من المحتمل أن تؤثر بالإيجاب أو السلب على رفاهية المواطنين، فالمراقبة بمعناها العام تعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة الداخلية والخارجية بحيث يكون المجتمع على اطلاع ومعرفة بما يجري وقادر على التكييف مع الظروف والمستجدات، وتوفر هذه المراقبة المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات ومنها القرارات

[1] نفس المرجع، ص19.

السياسية حيث تكون وسائل الإعلام بدور سياسي في المجتمع من خلال موضع الكثير من برامج العمل السياسي، وتحديد المطالب السياسية للمجتمع. وحتى تقوم وسائل الإعلام بأداء الوظائف السابقة، يستلزم توافر عدة شروط منها:

1-تعددية والتنوع: وتعني ضرورة توافر وسائل الإعلام الكافية في المجتمع الديمقراطي، بهدف نقل الآراء والتوجهات المختلفة، فكلما زاد نطاق التعددية الإعلامية، كلما زادت قدرة الإعلام على التعبير الحر عن جميع الآراء والتيارات الفكرية الموجودة في المجتمع، ولكن المؤشر الحقيقي للتعددية الصحفية يكمن في المدى الذي تتركه تلك الصحف في تعدد الاهتمامات، وتنوع سياستها التحريرية، ومنطلقاتها الفكرية، و قدرتها في التعبير عن مختلف التيارات السائدة في المجتمع.

2- انعدام القيود: وتعني عدم وجود قيود تكبل من حرية إصدار الصحف، أو من قدرتها في الحصول على المعلومات، أو التعبير عن الآراء المختلفة، أو ممارسة النقد لما تراه جديراً بالنقد والتقويم، فكلما انعدمت هذه القيود كلما زادت مساحة الحرية لوسائل الإعلام.

3- **انعدام الرقابة:** و التي تجعل المضمون النهائي للصحيفة رهناً بإرادة سلطة الرقيب، وليس هيئة تحرير الصحيفة، ولذا فكلما اختفت الرقابة بمختلف أشكالها زادت قدرة الصحافة على التعبير عن قضايا المجتمع ومشكلاته. .

4- **حرية الحصول على المعلومات ونشرها:** ويتضمن ذلك جميع المعلومات بما في ذلك، الحق في الاطلاع على وثائق الدولة، ومنع احتكار أي هيئة أو مؤسسة أو سلطة للمعلومات[1].

المطلب الثاني: علاقة الإعلام بالتنمية السياسية في الأنظمة غير الديمقراطية:

[1] نفس المرجع، ص20.

عندما نتأمل الأوضاع الإعلامية في الأنظمة الغير الديمقراطية نلاحظ ان التغييرات التي طرأت على الخريطة السياسية والإعلامية لهذه الأنظمة لم تحقق الحد الأدنى من طموحات وأهداف شعوبها ...

كذلك نمط الملكية فالحكومات لها السيطرة الكاملة على الصحف ولا تسمح بصدور صحف للمعارضة وتتولى الاتفاق مع وكالات الأنباء العالمية من أجل تنظيم التوزيع المحلي للأنباء عن طريق الإذاعة والتليفزيون والصحف، كما أن اختيار وتوزيع الخدمات الإعلامية الخارجية لا يتم إلا من خلال الأجهزة الرسمية للدولة.

يمكن لنا ان نحدد مستوى التبعية الإعلامية في الدول الغير الديمقراطية و أن نوجزها بالتبعية للسلطة الحاكمة سواء في الملكية أو الإدارة أو المضامين الإعلامية .

التبعية للسلطة الحاكمة

يسود اتجاه واضح في كافة أنحاء الدول الغير الديمقراطية هو سيطرة الطابع الحكومي على ملكية وسائل الطباعة والنشر للصحف ولمجلات و لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية (الإذاعة والتليفزيون). وتخضع أغلب الصحف اليومية التي تصدر فيها لسيطرة وتوجيه وزارات الإعلام أو هيئات حكومية مماثلة.

تستكمل الحكومات سيطرتها الشاملة على الصحافة من خلال التشريعات الإعلامية أو ما يعرف بقوانين النشر، وهنا يلاحظ وجود مستويين من التبعية إذ إن معظم الدول النامية لا تزال تطبق القوانين الأوروبية وخصوصا الفرنسية في مجال النشر والطباعة علاوة على التشريعات والقوانين التي تصدرها الحكومات في هذا الشأن و السلطات التقديرية التي تتمتع بها الحكومات العسكرية بشكل خاص.

يلاحظ أن جميع الدساتير في الدول النامية المستقلة تنص على ضمان حرية الصحافة ولكنها تنص أيضا على قيود تحد من حرية الصحافة، عند مناقشة هذه القيود نجد أن معظم هاته الدول لم تصل بعد إلى مرحلة من الاستقرار السياسي تمكنها من تطبيق تشريعات واضحة

ومحددة، لا شك في ان الفيصل النهائي في مثل هذه الحالة ليس هو النص القانوني في حد ذاته و إنما هو نوعية القوى السياسية التي تقوم بتطبيق هذا النص و لمصلحة من يطبق النص، هناك بعض الدول النامية التي تمارس الرقابة على الصحافة من الخلال القراءة المسبقة للمواد التي تنشرها الصحف، و تتفاوت صور الرقابة و اشكالها فهي تتراوح ما بين وجود لجان الرقابة على الصحف التابعة للأحزاب الحاكمة و رقابة ذاتية يقوم بها المحررون في ضوء تعليمات رؤساء التحرير التابع للأحزاب الحاكمة أو الذين يحظون بثقة الحكومات الافريقية .

هناك شكل آخر للرقابة الحكومية على الصحف يتمثل في الايقاف أو المصادرة أو التعطيل، و تنص معظم الدول النامية على ذلك في دساتيرها و قوانينها، على أن ذلك لا يتم إلا في حالة نشر ما يمس أمن و سلامة تلك الحكومات، و يلاحظ أن أمر المصادرة أو الاغلاق لا يتم غالبا إلا في ظل نظم عسكرية لا تلتزم بالدستور بل تفرض شرعيتها بالقوة[1].

المطلب الثالث: تحديات الإعلام والتنمية السياسية في ظل العولمة:

إن عولمة الإعلام عملية تهدف أساسا إلى التعظيم المستمر والمتسارع في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفعل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الاتصال والمعلومات على حساب تقليص سيادة الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى.

يجدر القول أن الإعلام يحفز ويعزز عمليات التنمية السياسية وكذلك التحول الديمقراطي، والتحول الديمقراطي ليس وليد اللحظة الراهنة لكن شأنه شأن العولمة نفسها، عملية متجذرة قديمة مرت بما أطلق عليه علماء السياسة وصف الموجات وكان أحدثها الموجة الثالثة، وتظهر قدرات الإعلام على وضع وإبراز ومواكبة عناصر التحول الديمقراطي لحظة بلحظة بدءا من

[1] عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث**، ط1، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1984، ص 126-127-128-129

مرحلة تجاوز النظام السلطوي، فمرحلة التحول وإقامة بديل ديمقراطي، فالمرحلة الأخيرة والمتمثلة في تدعيم أسس البناء الديمقراطي البديل.

تتمثل أهم ملامح تغييرات تكنولوجيا الإعلام في مجال التنمية السياسية فيما يلي[1]:

- كان في إمكان الدولة التحدث سابقا عن مفهوم السيادة الإعلامية وعن التحكم شبه الكامل أو شبه المطلق في عملية تدفق المعلومات والعمل على تشكيل وعى المواطنين وضمان ولاءهم التام لمصلحتها، ومع تعاظم فرص الاتصال الحديثة أصبح من شبه المستحيل السيطرة التامة على نوع وكم المعلومات التي تصل إلى عقول المواطنين.
- حدوث توحد متزايد للعالم كونه مكاناً للاتصال والتبادل بين الثقافات والمجتمعات الإنسانية بفعل التقاء الأفراد بصورة متزايدة في حياتهم اليومية بثقافات أخرى يكتشفون قيما متمايزة ومتغايرة ويتعرفون على تجارب إنسانية متعددة الأوجه بحيث صار العالم "قرية صغيرة"، إن للثورة المعرفية الجديدة تأثيرات على "الشعوب" كما أضحى الشعب من زاوية أخرى ليس مجرد مجموعة من البشر كما يوحي التعريف القانوني للمصطلح، وإنما امتلك من جديد أهميته في ما له من تأثير مباشر في قوة الدولة وفي مدى تماسك هذا الشعب وإيمانه وولائه للدولة التي يقطنها وينتمي عمليا إليها، ونتيجة لتأثيرات الثورة المعرفية في استخدام مفاهيم جديدة للزمان والمكان، والتحكم في المسافات والقفز على الفواصل الجغرافية، يمكن أن يتكون نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة وهو ما يطلق عليه بالمجتمعات الالكترونية، ومن شأن ذلك أن يضعف من ولاء الشعوب لأنظمتها السياسية وللدول التي يتواجدون داخل حدودها.
- في الوقت الذي تسهم فيه الثورة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إحداث قدر عال من التوحيد والمركزة على نطاق دولي، وفق ما تقتضيه مصلحة دول المركز، فهي تتسبب وتحرض على مزيد من التفكك واللامركزية في دول المحيط والمصلحة دول المركز، وهو ما يُظهر لاحقا عجز الدولة الوطنية في علاج أزمة تغلغل النظام السياسي

[1] سليم بوسقيعة، **الثقافة السياسية ودور الإعلام فى تنميتها**، مجلة الباحث الاجتماعى، العدد 11، مارس 2015، ص 107– 109.

وتواجده داخل كافة مناطق الدولة، بل أكثر من ذلك إذ يساهم في إثارة "الهويات الهامشية" أو "الهويات الفرعية" وتعد "أزمة التغلغل" أحد أهم الأزمات التي تعيق عملية التنمية السياسية، بل وقد تعصف بمكونات الدولة.

- كلما ذاعت قيم المركز (الغرب) في الأطراف من خلال وسائل الاتصال الحديثة ووسائل الإعلام انتشرت التغريب وازداد التحيز نحو الثقافات والمجتمعات في الأطراف إلى الغرب والميل نحو الإعجاب به وتقليده واعتباره. نموذجا للثقافة العالمية ونمطا للحداثة وانتشرت قيم الغرب في العنف والجريمة والجنس والشهرة والثروة والقوة، وانتشرت قيم الاستهلاك والوفرة والفردية والأنانية، وانحصرت قيم الإنتاج والتقشف وروح الجماعة والتضحية، وهذا الأمر في مجمله ساهم ويسهم في خلق أعباء إضافية، وربما معضلات مستقبلية، أمام مؤسسات الثقافة الوطنية، ويمكن أن يقود إلى رد فعل على الغرب وحداثته قد تتجسد بعض صوره في النزعات الأصولية التي ترفض الغرب وتحتقر الحداثة وتنفر من المعلومات وتفضل تراث الأنا على علم الأخر وحداثته.

وأمام هذه المظاهر تظهر عدة إشكاليات سياسية تعيق عملية التنمية السياسية في دول العالم النامى أو دول الجنوب ولعل أهم هذه الإشكاليات ما يلي[1]:

أ- استمرار خضوع الدول النامية لعملية تدفق المواد الإعلامية المتزايدة.

ب- التعامل مع المواد الإعلامية في أحيان كثيرة على أنها من المصادر الأساسية للمعلومات وخصوصا من القائمين بالاتصال وخبراء السلطة وصانعي القرار السياسي.

ت- تحرير أجندة الموضوعات التى تحددها الدول العظمى وفق سلم المصالح لتجنب السياسة والصفوة، والتأثير على سلم الأولويات والاهتمامات.

[1] – Brian McNair, **An Introduction to Political Communication**, 3rd ed، London: Routledge, 2003، P13.

ث- العمل على تعزيز منطق التبعية للعالم الخارجي مما يؤدي إلى ظهور بعض الأشكال المقيدة التابعة للنمو لأن المستوردين لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة وأيضا للسلع والمنتجات الثقافية، مما يؤثر على طبيعة ومحتوى وسائل الاتصال الوطنية.

أذن الدولة القومية صارت على محك التنمية السياسية في ظل العولمة، حيث لا تبدو الدولة القومية ليست بمعزل عن تيارات العولمة، وهو ما يفرض عليها ضرورة تبني سياسات إصلاحية لإعادة تشكيل العلاقة مع المجتمع المدني، بفعل تزايد المتغيرات التالي:

أ- عولمة قضية الديمقراطية وحقوق الإنسان: إذ لا يمكن للدول التسلطية إخفاء ممارستها غير الديمقراطية وهو ما يمثل ورقة ضغط تمارس عليها في تفاعلاتها الخارجية، لأنها قد تفقد شرعيتها في ضوء المعايير العالمية للديمقراطية.

ب- تنوع مصادر المعلومات المتاحة للمواطن ولهذه المصادر دور في تغذية الوعي وممارسة التثقيف السياسي.

ت- تنامي دور المنظمات الدولية غير الحكومية أو ما يعرف بالمجتمع المدني العالمي بشكل يساهم في تعزيز قدرات المجتمع المدني العربي، ولا يخفى أن هذه المصادر المعلوماتية غير الخاضعة للرقابة تزيد من وعي وفاعلية المواطن ولا سيما في تأسيس علاقته بالسلطة الحاكمة.

ث- الثورة الهائلة في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصالات مما أفسح المجال أمام جماعات المعارضة والقوى المحجوبة عن الشرعية في استخدام هذه الأدوات والمسالك الحديثة للتعبير مواقفها الرافضة تجاه نظم الحكم.

وبالتطرق لهذا الشأن وقبل ختام هذا الجزء من الدراسة، لا يمكن أن نغفل التأثير البالغ الذي يلعبه الإعلام في الحرب التي يواجهها العالم بصفة عامة والوطن العربي ومصر بصفة خاصة

ضد الإرهاب والفكر المتطرف. حيث يعتبر أي فكر هدام ومتطرف من عوائق التنمية، فكيف إذا كان هذا التطرف يزعزع الأمن والاستقرار اللذان لابد وأن يتلازما مع التنمية.[1]

[1] – Robert Hassan, Media, **Politics and the Network Society** ،New York: Open University Press, 2004, p17.

خلاصة الفصل الثاني:

في ضوء ما سبق وبناء علي الخبرات الدولية والدروس المستفادة، يمكن القول أنه يستخلص في ختام هذا الفصل من الدراسة أن هناك تعقد وتشابك في العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسية فى الدولة ما بين أنظمة الديمقراطيات القائمة والمستقرة وتلك الأخرى الناشئة أو في طور إعادة البناء، حيث أن وسائل الإعلام والتنمية السياسية كلا منهما مساند للآخر بالتبادل في علاقة ثنائية الاتجاه، خاصة في ظل علاقة الاعتماد المتبادل بين النظامين السياسي والاقتصادي، وكلاهما يهدفان إلى ترسيخ نمط اجتماعي يسود المجتمع يعد هو مصدر التغيير في الثقافة، ولا يسمح بأي تغيير إلا في ضوء ما يخدم العلاقة بين النظام السياسي والنظام الاقتصادي ومن هنا، فإن وسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية هما أهم أداتين لاستمرار النمط الاجتماعي المسيطر. هكذا يقوم الإعلام بوظائف أساسية لدعم عملية التنمية السياسية، تشمل علي: الوفاء بحق الجماهير في المعرفة، والرقابة على مؤسسات المجتمع وحمايته من التطرف والفساد، والإسهام في تحقيق المشاركة السياسية، وإدارة النقاش الحر في المجتمع بين جميع القوى والتوجهات والأفكار للوصول إلى أفضل الخيارات والبدائل، والمساهمة في صنع القرارات، والتأثير في اتجاهات الرأي العام. وحتى تقوم وسائل الإعلام بأداء هذه الوظائف، يستلزم توافر عدة شروط، منها: التعددية والتنوع وتوافر وسائل الإعلام الكافية في المجتمع، وانعدام القيود علي وسائل الإعلام، وحرية الحصول على المعلومات ونشرها وتداولها. كما أن نجاح الإعلام التّنمويّ، يتوقف على قدرته في دفع المواطنين إلى المشاركة السياسيّة، التي يسهم المواطن فيها بتحمل مسؤوليته تجاه مجتمعه المحلي والوطني، مما يعد تجسيد لمعنى التنمية السياسيّة الحقيقي، فمن خلال توفير العمليات السياسيّة، لقنوات العمل

السياسيّ، من خلال وضع استراتيجية للقيادة السياسيّة، عن طريق التأكيد، على ديناميكيات التغيير المتبعة التي تعزز عملية التغير المخطط لها أو المزمع تحقيقها.

الفصل الثالث:

تأثير وسائل الاعلام في التنمية السياسية

تمهيد:

التنمية السياسية عملية متكاملة ضمن العملية التنموية الشاملة ومن جوانبها المهمة التنشئة السياسية والتثقيف السياسي الذي تؤديه مؤسسات التنشئة المعروفة ،ووسائل الاعلام تعتبر من أهم المؤسسات نظرا للدور الذي تلعبه في تشكيل الرأي العام وتنميط الثقافة السياسية للأفراد، وتدخلها في العملية التنموية يكمن في نشر نمط الثقافة السياسية المناسب والموافق للتوجه التنموي العام الذي يسهم في المساعدة على صنع القرار السياسي، وذلك على مستويات عدة معرفي نفساني وسلوكي، ان كانت التنمية تقوم على المشاركة العامة فان الاسهام الاكبر لوسائل الاعلام يكمن في تفعيلها للمشاركة السياسية و المطلوب لأجل ذلك استراتجية محكمة تحدد في اطار مخططات العملية التنموية الشاملة .

المبحث الأول: دور وسائل الاعلام في الثقافة والتنشئة السياسية

تعتبر وسائل الاعلام من أهم مؤسسات التثقيف السياسي نظرا للدور الذي تلعبه في تشكيل وتنشئة وتنميط الثقافة السياسية للأفراد وتدخلها في العملية التنموية.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة السياسية

تعريف الثقافة:

للثقافة تعريفات متعددة ومتباينة ومن بينها تعريف **ادوارد تايلور** الذي عرفها بأنها "ذلك الكل المركب الذي يشمل العقائد، الفن، القانون، العادات و القدرات الأخرى التي يكتسبها الانسان كعضو في المجتمع"[1]

ويعرفها **كلايدكلاكهون** بأنها: "أساليب الحياة التي أنتجها الانسان خلال التاريخ بما في ذلك المخططات الظاهرة والكامنة الرشيدة والغير الرشيدة، والتي توجد في وقت معين بوصفها موجهات سلوك الانسان"

عرفها **سيد عويس** بأنها "التراث الاجتماعي لجماعة من الناس يرثونه جيلا بعد جيل كأفراد وجماعات".[2]

الثقافة هي: "منظومة مدلولات يتقاسمها عادة أعضاء جماعة اجتماعية ويستخدمونها في تفاعلاتهم"[3].

الثقافة السياسيّة:

عرف **سيدني فيريا** الثقافة السياسية بأنها:" المعتقدات والرموز التعبيرية والقيم التي تحدد الموقف الذي تحدث من خلاله الحركة السياسية"[1] فالثقافة السياسية حسب هذا التعريف هي

[1]احمد سليمان ابو زيد، **علم الاجتماع السياسي"الأسس والقضايا من منظور نقدي"**، مصر: دار المعرفة الجامعية،2006، ص164.

[2]سيد عويس وآخرون، **معجم العلوم الاجتماعية**، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975، ص547.

[3]غي هرمية، فيليب برو وآخرون، ترجمة هيثم اللمع، **معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية**، ط1، لبنان: المؤسسة الجامعية للنشر، 2005، ص165.

نظام التحكم يرتبط بمعتقدات يمتلكها الفرد، وفي تركيزه على المعتقدات افترض فريا عددا من الأبعاد للثقافة السياسية المرتبطة بالحياة السياسية خصوصا بالدولة القومية وتبعية المواطن للقائد وبالمخرجات والعمليات للنظم أو الحكومات وبعملية صنع القرار.

وعرفها **جابريال ألموند** بأنها:" نمط محدد من التوجهات أو الاتجاهات إزاء النشاط السياسي"[2]، لقد افترض ألموند ان الثقافة تتميز باستقلال معين، ومع ذلك فإنها ترتبط بالثقافة العامة في المجتمع لأنها تظم نماذج للتوجهات إزاء الظاهرة السياسية تتجاوز حدود النظام السياسي.

والى جانب هذه التعريفات نجد تعريف **قاموس اكسفورد** للثقافة السياسية بأنها "الاتجاهات والقيم التي تتصل بعمل نظام سياسي محدد. وتعد بمثابة معرفة متضمنة ومهارات مكتسبة عن عمل هذا النظام، كما تتضمن اتجاهات ايجابية أو سلبية نحوه إلى جانب أحكام تقيميه بشأنه"[3].

أما **كمال المنوفي** الذي رأى بأن الثقافة السياسية تمثل "تلك القيم السائدة في المجتمع، والتي تتصل بعلاقة أفراده بالنظام السياسي بصورة مباشرة أو غير مباشرة"[4].

مكونات الثقافة السياسية:

المرجعية: هي ذلك الإطار المشتمل على فكر وفلسفة مجتمع ما، ويعتبر ذلك بمثابة مر جع رئيسي للاتجاهات السياسية نظرا لقدرته على تفسير التاريخ والأهداف والرؤى والمواقف، وفي حال الإجماع بالموافقة والرضا من قبل المجتمع على مرجعية الدولة فإن الاستقرار سيتحقق حتما.

---

[1] Sidney verba. **Culture and political development**، new jersey university. 1965، p513.

[2] Gabriel A.Almond، **cooperative political systems**، the journal of politics، vol18 no3، August1965، p396.

[3] Lain mclean، **concise dictionaryof politics**، oxford: university press، 1699، p379.

[4] كمال محمود المنوفي، **الثقافة السياسية للفلاحين المصريين**، رسالة الدكتوراه في العلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1978، ص23.

التوجع نحو العمل العام: يعتبر السعي نحو تحقيق المصلحة العامة من خلال تنفيذ العمل العام واحد من أهم مكونات الثقافة السياسية، وذلك نظرا لسعي الفرد والجماعة الى تحقيق المصلحة العامة بالتعاون المشترك فيما بينهم على الصعيدين الاجتماعي و السياسي.

التوجع نحو النظام السياسي: يتحقق الاستقرار في المجتمعات في حال تحقق الاتجاه والولاء للنظام السياسي السائد والايمان به، فتتمكن الثقافة السياسية بفضل ذلك من تحديد النطاق العام للعمل السياسي وكل ما يتعلق به من حدود وأهداف ترتبط بالحياة العامة والخاصة للأفراد في المجتمع.

الاحساس بالهوية: يشترط في حياة الأفراد السياسية ضرورة الاحساس بالانتماء و بالهوية للنظام السياسي السائد، اذ يضفي ذلك على النظام شرعية زائدة، بالاضافة الى الحفاظ على حياة النظام لمدة أطول، ومساعدته على تجاوز ما يواجهه من أزمات وصعاب.

تصنيفات الثقافة السياسية:

ثقافة سياسية مشاركة: اذ يعتمد هذا النمط بشكل كبير على ضرورة توجه الأفراد نحو الرغبة في المشاركة باتخاذ القرارات والسياسات ذات العلاقة بالنظام السياسي، وأن توضع هذه الاتجاهات في قائمة أولوياتهم.

ثقافة سياسية مغلقة: وتتمثل بانسحاب بعض الفئات من المشاركة السياسية وإهمالها، وتكون هذه الفئة غير قابلة للانخراط في إصدار السياسات والقرارات المنشودة.

ثقافة سياسية شبه مشاركة: حيث تكون درجة تحمل المسؤولية شبه معدومة في هذا النمط، اذ تعتبر درجة الاهتمام بالمشاركة السياسية غير كبيرة، فيكون الفرد مهتما فقط بالمشاركة بالقرارات ذات العلاقة بالحياة الفردية فقط[1].

[1] ايمان الحياري، **مفهوم الثقافة السياسية**، 10-11-2016، تم الاطلاع عليه بتاريخ22-5-2024، https://mawdoo3.com

عناصر الثقافة السياسية:

1- القيم: "هي تصورات ادراكية واضحة مميزة للفرد أو الشخصية أو لجماعتها عن طريقها يتم الاختيار بين البدائل، وهي تقود سلوك الفرد للتعبير بطريقة شرعية عن الفعل الاجتماعي". فضلا عن هذا التعريف أورد علماء الاجتماع سمات أساسية للقيم من أهمها:

- أن القيم تمثل الاطار المرجعي للضبط الاجتماعي في المجتمع.
- أنها تحدد سلوك الأفراد وردود أفعاله المتوقعة.
- أنها تحدد التأثير الملائم للمواقف المشتركة لأفراد المجتمع.
- أن القيم الموجودة لدى الانسان نتاج للثقافة والنظم المجتمعية بتفاعلها مع شخصية الفرد.

أما الأبعاد التي يمكن تحديدها للقيم فهي:

- أنها مفهوم يحتوي على عنصر معرفي.
- من حيث كونها مرغوب فيها فهي تحتوي على عنصر انفعالي.
- من حيث تأثيرها في الانتقاء فهي تحتوي على عنصر الوعي.

2 – **المعاير:** وهي قواعد السلوك العادي وعناصر اساسية لتحديد الأدوار الاجتماعية لأنها تضع التوقعات والمجال الذي يمارس فيه دوره وهي تعكس قيم المجتمع الأساسية.

3- المواقف: وهي اتجاهات الشخص نحو المؤسسات أو الأشياء تعبيرا تفضيلات أو تقييم ذلك الشخص، انه حالات ذهنية تستنتج من السلوك – بما فيه الشفهي – لأنه يمكن ملاحظته مباشرة.

4- الاتجاهات: يشير الاتجاه الى تنظيم لعدد من المعتقدات حول موضوع معين، وهي عادة ما ترتبط بموقف محدد أو موضوع بالذات ولهذا تجد عددها كبير جدا مقارنة بالقيم التي يقل عددها[1].

دور الثقافة السياسية:

1-توزيع التوجهات السياسية والقيم ولبمشاعر و المعلومات

2-تؤثر على سلوك وتصرف المواطنين والسياسيين مع النظام السياسي وتحدد موقفهم منه

3-لها ارتباط كبير بشرعية النظام واستقراره

4-تتأثر بالظروف والتغيرات التي تطرأ في المجتمع حسب المتغيرات الاقتصادية أو الجغرافية أو التاريخية أو الظروف الاجتماعية.

5-تؤثر وتتأثر بتعدد الثقافات الفرعية الدينية والعرقية و... ، "ينعكس وجود الطائفية الدينية أو العرقية سلبا على الاستقرار و الانتماء"[2].

المطلب الثاني: مفهوم التنشئة السياسية

ان مفهوم التنشة السياسية قديم كفكرة تناولها الفلاسفة و المفكرون حديث كصياغة محددة يمكن دراستها بصورة موضوعية، و يشير **هربرت هايمان** – وهومن رواد الباحثين في التنشئة السياسية – في كتابه المعنون بالتنشئة السياسية، الى أن تلك العملية تعنى مجموعة الأنماط الاجتماعية التي يتعلمها الفرد من مؤسسات المجتمع و تساعده على التعايش مع المجتمع.[3])

تعريف التنشئة السياسية:

تعريف المفكر " الموند " هي عملية استقرار الثقافة السياسية ومحصلتها النهائية . المتمثلة في مجموعة الاتجاهات والمعارف والقيم والمشاعر التي يغرسها النظام السياسي داخل الفرد

[1] سليم بوسقسعة، **الثقافة السياسية ودور الاعلام في تنميتها**، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد11-3-2015، ص113-114.

[2] **الثقافة السياسية دورها أنواعها مكوناتها**، جامعة الملك عبد العزيز، www.kau.edu.as.

[3] سمير خطاب، **التنشئة السياسية و القيم**، القاهرة: ايتراك للنشر و التوزيع، ط1، 2004، ص38.

بقصد الحصول على تأييده . وايضاح ادواره المختلفة "**تعريف المفكر** " **روبرت ليفين** " هي عملية اكتساب الفرد سلوكيات تتفق مع قيم الجماعات والنظم السياسية في اداء الوظائف الضرورية اللازمة لوجود الجماعات البشرية والنظم السياسية .

التعريف الاول – " هي تلك العملية التي يمتلك الفرد عن طريقها معلوماته واخلاقه و مثله السياسية . وتكوين اتجاهاته الفكرية او الايدولوجية . وتحديد مستوى فاعليته في النشاطات السياسية داخل الدولة الوطنية " .

التعريف الثاني – " هي عملية غرس الافكار والاخلاق والمزاولات الثورية سواء اكانت بالشكل القانوني او غير القانوني . وسواء بطريقة منظمة او غير منظمة . بقصد تكوين افراد مجتمع يعملون على بقاء وازهار ذلك المجتمع الإنساني " .

التعريف الثالث – " هي الاسلوب الذى ينقل من خلاله المجتمع الثقافة السياسية من فترة الى فترة اخرى . بحيث يمكن هذا الانتقال من حماية القيم والمعتقدات والمثل والاعراف والتقاليد والمؤسسات السياسية من خطر التشويه وعدم الاستقرار "

الوظائف العامة لعملية التنشئة السياسية :

ان النظم السياسية المعاصرة بكافة اطيافها تستغل مفهوم التنشئة السياسية كونها تستطيع من خلالها تحقيق عدة وظائف اساسية يمكن تحديدها في النقاط التالية :

1-انها تعمل على نقل مكونات الثقافة السياسية للأجيال القادمة ((بمعنى ان عملية التنشئة تبدا من حيث ما توصلت اليه الاجيال السابقة وتنقله الى الاجيال اللاحقة)) .

2. تكوين ثقافة سياسية مدنية جديدة ومتحضرة في ظل وجود تحديات مجتمعية تواجه الحياة السياسية في ظل وجود المتغيرات الدولية[1] .

3. تصحيح الافكار والمفاهيم الخاطئة في محتوى الثقافة السياسية السائدة في المجتمع بقصد الانتقال من حالة المجتمع المتخلف الى المجتمع المتقدم .

4. التعبير عن الايدولوجية السياسية القائمة في الدولة الوطنية .

5. تحقيق عملية التجنيد السياسي واختيار " النخبة the elite " في تقلد المناصب السياسية سواء كان وصولهم بدوافع ذاتية او توجيها من الاخرين .

6. تحقيق حالة التكامل السياسي وبناء الامة the nation وتفادى الولاءات الضيقة .

7. تشكيل وعى الفرد " المواطن " واراكه السياسي .

8. تحقيق حالة الاستقرار السياسي ما بين النظام السياسي والشعب

مميزات التنشئة السياسية :

- ان التنشئة السياسية تمتاز بطبيعتها بوجود عدة مميزات يمكن الاشارة اليها من خلال التالي:
- انها طريقة للتفكير والشعور بكل الانشطة الانسانية الحسية وغير الحسية .
- ان هذه الظروف من التفكير والشعور هى محددة في النظم القانونية والطقوس الخاصة بالجماعة .
- ان هذه الطرق في التفكير والشعور والسلوك هى مشتركة بين مجموعة من الافراد داخل المجتمع المحلى .

[1] شكري محمد، **التنشئة السياسية The political of socialization**، 30-03-2022، https://www.politics-dz.com/ar.

- ان هذه التنشئة لا تنتقل بالوراثة – ولكنها تكتسب اكتسابا من خلال التعليم والتلقين والمعايشة اليومية.

خصائص التنشئة السياسية :

ان خصائص التنشئة السياسية تظهر داخل المجتمع الداخلي " المحلى " من خلال المظاهر السياسية التالية :

1. انها عملية تلقين " رسمي ، غير رسمي " مخطط او غير مخطط للقيم والمعارف السياسية .
2. انها عملية مستمرة طوال حياة الفرد " المواطن " من طفولته الى شيخوخته .
3. انها عملية تقوم بها مؤسسات وتنظيمات وهيات اجتماعية مختلفة .
4. انها تسهم في تنمية الاحساس بالولاء للدولة الوطنية ما بين المواطنين .
5. انها تسهم في " ترسيخ ، عدم ترسيخ " شرعية النظام السياسي
6. انها تسهم في نقل التراث السياسي الى مواطنين الدولة الوطنية . وتطويره الى تراث سياسي جديد .
7. انها تسهم في خلق معايير وقيم لدى مواطنين الدولة الوطنية تجاه النظام السياسي
8. انها تسهم في خلق ثقافة سياسية تزيد من قيم المشاركة والتعاون والاعتزاز بالوطن . مما يخلق نتائج ايجابية داخل المجتمع المحلى
9. انها وسيلة اساسية في دعم وتأييد النظام السياسي[1] .

[1] نفس المرجع.

اليات عملية التنشئة السياسية :

ان اليات عملية التنشئة السياسية هي الكفيلة بخلق العملية التكاملية التي يقصد بها ((عملية الانتقال من الانتماء العائلي او الإقليمي الى الانتماء للامة " القومية ")) . وفى هذه الحالة تتغلب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة للفرد " المواطن " او يتحقق فيها على الاقل نوع من التوازن بين المصلحة الخاصة والعامة " الجماعية " .

وتنطوي الاشارة – الى ان اليات عملية التنشئة السياسية تساهم في التقليل من تأثيرات العوامل السلبية التي يمكن ان تؤدى الى حالة عدم الاستقرار السياسي . ولقد قدم المفكر " انيك an nick " ثلاثة اليات لعملية التنشئة السياسية . سوف يتم تناولها من خلال ما يلى :

1. **الالية الاولى :** " المعرفة السياسية "
2. **الالية الثانية :** " قهم القواعد التي تقوم عليها الحياة السياسية . والتي تتم من خلال اكتساب الادوات التقنية .
3. **الالية الثالثة :** التنشئة بالتجربة والممارسة

اهداف عملية التنشئة السياسية

ان دراسات علم الاجتماع السياسي تفيد بان اهداف عملية التنشئة السياسية واسعة و متشعبة بسبب تعدد وتعقد مجالاتها . الا ان تلك الدراسات الاجتماعية ذات الطابع السياسي قد قسمت تلك الاهداف الى ما يلى :

اولا – اهداف التنشئة السياسية على المستوى الفردي :

وهى نجدها تتمثل في التالي[1] :

1. تمكين الفرد " المواطن "من النمو المتكامل " الفكري " لشخصيته . خصوصا من الناحية السياسية .

2. تمكين الفرد " المواطن " من القيام بدوره الاجتماعي بكل ايجابية والشعور بروح المسؤولية " المواطنة " .

3. مساعدة الفرد " المواطن " على امتلاك القدرة في احداث التكيف المستمر مع محيطه الاجتماعي . وتزويده بالخبرات والمهارات التي يحتاجها هذا التكيف الاجتماعي .

4. تزويد الفرد " المواطن " بالمعلومات والافكار بهدف تنمية افكاره وتوجهاته ومفاهيمه السياسية .

5. تنمية الفرد " المواطن " على استخدام المهارات العقلية في " تفسير ، تحليل ، التنبؤ ، التعميم " تجاه الظواهر السياسية سواء تلك القائمة داخل المجتمع " المحلى ، الإقليمي ، الدولي ".

ثانيا – اهداف التنشئة السياسية على مستوى المجتمع :

ا.تحقيق عملية التماسك الاجتماعي بين مختلف الطبقات الاجتماعية والجماعات العرقية من خلال التسامح والعدل والمساواة داخل الدولة الوطنية.

ب. تنمية روح الاعجاب والتقدير في نفس الافراد " المواطنين " نحو المجتمع المحلى الذى ينتمون اليه.

[1] نفس المرجع.

ت.تحقيق عملية التكيف الاجتماعي للأفراد " المواطنين " من خلال توحيد القيم والاتجاهات السياسية القائمة داخل الدولة الوطنية .

ث. تساعد في الحفاظ على القيم " **the values** " والمعايير السياسية ونقلها من جيل الى اخر .

ج. تلقين القيم والمعايير واهداف الجماعة المتعارف عليها والتي تشكل ثقافة الدولة الوطنية.

ح. تساعد على عملية التجنيد السياسي والتغيير الاجتماعي .

خ. تساعد على تحقيق عملية الضبط الاجتماعي " **the local of control** من خلال الامتثال لقواعده وقيمه و معتقداته .

د. تساعد الفرد " المواطن " بان يكون عضوا ايجابيا يعمل على تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة .

ثالثا – اهداف التنشئة السياسية على مستوى النظام السياسي :

1. المحافظة على بقاء النظام السياسي القائم و استمراريته من خلال نقل القيم والاتجاهات السياسية التي تخدم النظام السياسي من جيل الى جيل اخر.
2. ضمان استمرار تأييد **the support** الافراد " المواطنين " للنظام السياسي . وتفعيل ثقتهم به من خلال خلق قيم الولاء والانتماء والثقة في اداء النظام السياسي .
3. تحقيق اكبر قدر ممكن من الوحدة . من اجل تحقيق وحدة الحركة في الاتجاه **the way** الذى يحقق اهداف النظام السياسي " سياسيا ، اقتصاديا ، اجتماعيا ، امنيا ، عسكريا " [1] .

[1] نفس المرجع.

4. تحقيق عملية التجنيد بقصد خلق نخبة سياسية **the political of elite** تكون قادرة على تسيير شؤون الدولة الوطنية بمهارة وكفاءة وولاء .
5. اقناع الافراد " المواطنين " بقبول السلطة السياسية الحاكمة . وما يتبعها من رموز وخصائص من يتولاها . باعتبارها السلطة السياسية المتمثلة للكيان السياسي .

6. خلق نوع من التوافق بين القطاعات السياسية والاجتماعية . خصوصا في الدولة الوطنية (المركبة) التي تتطلب انجاز ولاء موحد .

7. تساعد على تخفيض حدة الصراعات والنزاعات والحروب خصوصا في الدول الوطنية المستقلة (حديثا) والتي تواجه مشكلة بناء نظام سياسي يشمل جميع الاتجاهات الفكرية السياسة داخل الدولة الوطنية.[1]

المطلب الثالث: دور وسائل الإعلام في تنمية ثقافة المواطنة :

يلعب الإعلام دورًا بالغًا في عملية بناء مواطن واعٍ لما يحدث حوله وإكسابه القدرة على التحليل من أجل اتخاذ قرارات تخص قضايا معينة. ومن أبرز الأدوار التي لعبها ويلعبها الإعلام في تجسيد مفهوم المواطنة وتعزيز قيمها من خلال الحملات الإعلامية، باعتبارها من أهم الوسائل المستخدمة في توجيه الرأي العام نحو قضية معينة والتأثير فيه بصورة سريعة وفاعلة، يمكن استخدام هذه الوسيلة بصورة إيجابية في تعزيز قيم المواطنة في المجتمع، أو يمكن في بعض الأحيان استخدامها بصورة سلبية لزعزعة هذه القيم وتفتيت الهوية الوطنية وتعزيز قيم التحرر والانفلات من أي قيد يرتبط بالوطن وترابه..

–يتمثل الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تعزيز قيم المواطنة في:

أولاً: تنمية الوعي بالثقافة السياسية

[1] نفس المرجع.

والمقصود به توعية وسائل الإعلام للجماهير بطبيعة الأنظمة السائدة والأيدولوجيات المعينة للفكر السياسي القائم في البلدان، بنظام المعتقدات والرموز الوطنية والاجتماعية والقيم التي تشكل بيئة العمل السياسي في المجتمع، بالدستور والقانون من خلال المضامين المقدمة في الوسائل الإعلامية والعمل على دفع المواطن من أجل المشاركة في الحياة السياسية.

ثانيًا: تعزيز المشاركة الاجتماعية

من بين ما تقوم به وسائل الإعلام هو تحفيز المواطنين على الاندماج في الحياة الاجتماعية وتفعيل "الشعور الجمعي" لديهم والاحساس بالمسؤولية وإن لكل فرد واجبات عقائدية وعائلية واجتماعية ووطنية وقانونية يتوجب عليه القيام بها من أجل الحصول على حقوقه. وقد تكون المشاركة رسمية أو غير رسمية والمشاركة بشكل عام تساعد في تطوير شخصية المواطن والنهوض بالوطن؛ ذلك أنها تشعره بأن له دورًا فعالًا في المجتمع وأن الجميع متساوون أمام القانون.

ثالثًا: تحقيق التكامل الشامل

عملية الانسجام والتجانس داخل كل من الكيان السياسي والاجتماعي والثقافي وغرس الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع وذلك من خلال توحيد الإرادة الفردية والإرادة الجمعية كلها لصالح المواطن والوطن.

رابعًا: التثقيف والتوعية

وذلك من خلال الترويج لكل أشكال الحرية، وخاصة حرية الرأي والتعبير التي تسمح بزيادة الوعي والاطلاع على ثقافات الآخر وتزويد المواطن بكل ما هو جديد في مختلف المجالات وتعميقه من خلال التحليل والنقد.[1]

[1] ياسين بوبشيش، **دور وسائل الاعلام في تعزيز قيم المواطنة**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد التاسع.

تنمية الوعي بالمواطنة:

تأتي أهمية وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمواطنة من أهمية الاعلام في مجال السياسة بصفة عامة والذي يطلق عليه "الإعلام السياسي" الذي برزت أهميته في العصر الحالي بشكل كبير، إذ بات ضرورة من ضرورات الحياة المعاصرة. فالإعلام السياسي يعتبر سلطة قادرة على التأثير والتغيير، لذا فهو يمارس دورًا مميزًا وفعالًا في التوعية السياسية للمجتمع، من خلال وسائله المختلفة من صحف وإذاعة وتلفزيون ووسائل إلكترونية جدية أخرى، فيقوم بتنمية الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم القيم والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ومواقف، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي؛ ويساعد في إحداث تغيير جذري في حياة المجتمع ويتميز بقدرة فائقة في عملية التنشئة السياسية وتكوين ثقافة سياسية، ثم في حصول المشاركة بالتالي، وخاصة عندما يكون الإعلام منظمًا ويسير وفق سياسة إعلامية محكمة.

وتبرز أهمية وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمواطنة خلال أوقات الحرب والسلم والانتخابات والحملات السياسية في المجتمعات المتقدمة إذ تقوم بدور رئيسي في تقديم المعلومات والحقائق إلى الجمهور، إضافة إلى نقل مشكلات وطموحات الجماهير وتصوراتهم إلى النخب السياسية. تشير معظم الدراسات إلى أن وسائل الإعلام ترتبط بصفة عامة ببرامج وخطط التنمية التي يشهدها المجتمع، فهي بمثابة انعكاس لآليات التفاعل الاجتماعي والاقتصادي والسياسي لمؤسسات المجتمع في علاقتها.[1]

الإعلام المحلي وتكريس قيم المواطنة:

تعتبر وسائل الاعلام عموما والإعلام المحلي خصوصا من أهم أدوات ترسيخ المواطنة حيث يسهم الإعلام المحلي في بناء المجتمع من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الأفراد على أن يصبحوا قيمة مضافة في عملية التنمية المحلية والوطنية. ويمثل الإعلام

[1] خالد منصر، **دور الاعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة**، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد الأول، نوفمبر 2015.

المحلي وسيلة مهمة للتعبير عن آراء المواطن ومشكلاته وعرض قضاياه، بل إن وسائل الإعلام الحديثة في ضوء تدفق المعلومات قد أصبحت من أبرز الأدوات لتبادل الثقافات والخبرات بين مواطني مختلف الدول في شتى بقاع الأرض.

والإعلام سلاح ذو حدين، لذا يجب أن يوجه في الوجهة الصحيحة ليلعب دورًا إيجابيًا في غرس قيم المجتمع وتوطيد العلاقة بين المواطنين والوطن، وفي خدمة القضايا الإنسانية ذات الاهتمام العالمي والإقليمي والمحلي، كالدفاع عن حقوق الإنسان والتنمية والبيئة.

إشراك المواطن في تسيير الشأن العام المحلي وإعلامه بكل الإجراءات المتخذة عبر وسائل الاعلام المحلية يمكن أن يساهم في تحقيق:

- الحوكمة المحلية:

المقصود بالحوكمة المحلية هو التسيير الجيد والعقلاني للشأن العام. ولا يتحقق ذلك إلا بإشراك جميع أطياف وفعاليات المجتمع المحلي من مواطنين وأعيان وقيادات محلية ومنظمات المجتمع المحلي في إدارة شؤون البلاد بما يحقق رضى المسؤولين والمواطنين. وفي هذا الصدد يلعب الإعلام المحلي دورًا مهمًا في إتاحة الفرصة للمواطنين ليكونوا على دراية مستمرة بما يحدث في قريتهم أو مدينتهم أو محيطهم الاجتماعي، مما يعطيهم الفرصة للإدلاء بآرائهم وطرح مشاكلهم وانشغالاتهم ونقلها إلى المسؤولين المحليين لإدراجها ضمن أولوياتهم.

- المشاركة في صنع القرارات المحلية وترشيدها:

لتحسين صنع القرارات المحلية يتوجب تحقيق رضى غالبية أفراد المجتمع المحلي من خلال إشراك المواطنين فيها. وحتى يشارك المواطنون في القرارات التي تهمهم على المستوى المحلي[1]

[1] قواسم بن عيسى، **الإعلام المحلي ودوره في ترسيخ قيم المواطنة**، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 2، ديسمبر 2019.

ينبغي أن يكون تقاسم للمعلومات بين المسؤولين والمواطنين. وتعتبر الإذاعات ووسائل الاعلام

عامة الوسيلة المثلى التي يحصل المواطنون من خلالها على المعلومات الخاصة بشؤونهم

المحلية وأهمية وضرورة توظيف هذه المعلومات في المشاركة في صنع القرارات الرشيدة التي تتخذها المجالس المحلية بالتشاور والمشاركة مع أفراد المجتمع المحلي. إذا كانت المشاركة هي الركيزة الأساسية للمواطنة، فإن فلسفة الاتصال بطبيعتها تشاركية.

- الشفافية:

تعد الشفافية آلية مهمة من آليات الحكم المحلي وسلاحًا فعالًا في أيدي المواطنين والفاعلين في المجتمع المدني من أجل مكافحة الفساد الذي ينتعش في البيئات الضبابية والمظلمة وغير الشفافة، حيث أن نشر المعلومات بشفافية يجعل المواطنين على قدم المساواة في الاستفادة من فرص التنمية والحصول على حقوقهم بناء على مبدأ الاستحقاق، وهذا يساهم في تقليل المحسوبية وتعزيز روح الشفافية والنزاهة ما يرفع من قيمة روح الانتماء والولاء لدى المواطنين.

- تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم:

يساهم الإعلام المحلي في تعريف المواطنين بحقوقهم التي يضمنها لهم الدستور والقانون، ويعطيهم الحق في التمتع بها وفهم وإدراك الواجبات والمسؤوليات التي تقع على عاتقهم تجاه[1]

[1] نفس المرجع.

موطنهم. وتكثر الأمثلة هنا، مثل: التوعية بالانتخابات ومشاركة الشباب من خلال برامج متنوعة سياسية واجتماعية وثقافية موجهة في الإعلام المحلي للشباب.

- تحقيق المساواة بين أفراد المجتمع:

الحديث عن المواطنة بدون تكريس لمبدأ المساواة يبقى مجرد شعار أجوف. فإذا لم يلمس المواطن المساواة بينه وبين الآخرين في الحقوق والواجبات فإن ذلك من شأنه أن يولد شعورًا بالظلم. وإذا استمر هذا الشعور لديه وترسخ في أعماقه فسيجد نفسه مضطرًا إلى البحث عن مكان آخر يجد فيه إنسانيته وكرامته التي يتساوى فيها مع غيره من المواطنين.

عدم تحقيق العدالة والمساواة للشباب من شأنه أن يُضعف قيم المواطنة لديهم. وهذا ما يجب أن تركز عليه برامج الإعلام الموجه للشباب، والتي تحاول أن تساهم في تثبيت جذور الشباب في وطنهم.

- غرس قيمة حب الوطن في نفوس الأجيال الناشئة:

تعتبر وسائل الاعلام إحدى المؤسسات المجتمعية الفعالة التي تشارك مع غيرها في عملية غرس حب الوطن والانتماء؛ وهي هي الأهداف ذاتها للبرامج الإعلامية التي تركز على الأجيال الناشئة.[1]

المطلب الرابع : آليات وسائل الإعلام في تنشئة الفرد سياسيا

[1] نفس المرجع..

تلعب هذه الادوات « الصحف والإذاعة والتلفزيون والسينما والمواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي» دورا هاما في عملية التنشئة السياسية ، اذ تزود المرء بالمعلومات السياسية وتشارك في تكوين وترسيخ قيم سياسية عند الجماهير ، وتسهم في صياغة موقف الرأي العام المتوافق مع الطبيعة الثقافية للمجتمع وبلورة اتجاهاته وقيمه ومعارفه السياسية وتحدد وجهة تفكيره السياسي .

وتتولى هذه الادوات نقل المعلومات عن قرارات وسياسيات النخبة الحاكمة الى افراد المجتمع ونقل المعلومات عن مطالب وردود فعل الافراد الى النخبة، هذا التدفق من اعلى الى اسفل وبالعكس من شأنه العمل على توكيد قيم الثقافة السياسية السائدة في المجتمع .

وعمدت القيادات السياسية الى تطوير شبكة الاتصال الجماهيرية لتسهم في التنشئة السياسية الجديدة التي تساعد في عملية الاستقرار السياسي ، غير ان الاعلام الرقمي اصبح في هذه المرحلة الاكثر انتشارا وتأثيرا لأنه يعبر عن الانسان من خلال نقل أدق تفاصيل حياته لاستخدمه احدث المعدات مثل الانترنيت والحاسوب بينما الادوات الإعلامية الاخرى تتفاوت في درجة تأثيرها على الجماهير .

لقد أسهمت الادوات الاعلامية المتعددة وما زالت في توعية افراد المجتمع بالقضايا المحلية والاقليمية والعالمية ونقل القيم الجديدة الى الجماهير وتقديم النماذج السلوكية المدعمة لها غير ان معرفة المرء بالقيم والمعايير والأفكار السياسية الجديدة لا يتبعها بالضرورة تحوله الى الأخذ بها والتخلي عن نقيضها ، اذ ترتبط هذه العملية بعدة متغيرات من بينها مدى استقرار الثقافة التقليدية في نفوس الجماهير ونوعية الاطار الاجتماعي السائدة .

وعليه فإنه لابد على الجهات المعنية والمهتمة بالشأن السياسي العمل على استغلال الاعلام الرقمي خصوصا مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة حديثاً ووسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية استغلالاً صحيحاً في التنشئة السياسية من خلال تسخير جميع الأدوات المتوفرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف قضايا المجتمع، وتحديداً فيما يتعلق بالتنشئة والتثقيف

السياسي، خصوصاً أن كل المؤشرات والدراسات تتنبأ بتضاعف أعداد مستخدمي هذه الوسائل في الفترة القادمة، على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.[1]

لفهم الثقافة السياسية فهما صحيحا لابد من التمحيص في مورد عناصرها الثقافية، إنها ترد الى عملية على غاية من الاهمية وهي التنشئة السياسية، تؤديها مؤسسات اجتماعية وأهمها وسائل الاعلام. هذا يعني أن وسائل الاعلام تتدخل في تشكيل الثقافة السياسية بأدائها لدورها في التنشئة السياسية، ويمكن التأكيد على ذلك بما ورد عن "روبن" في تعريفه للتنشئة السياسية بأنها " عملية تطورية تتم عبر وسائل اجتماعية متعددة يكتسب بها الفرد معلومات ويكون بها مواقف تمكنه من فهم الاشخاص و المؤسسات و الأشياء الأخرى في البيئة السياسية".

ولقد أخذت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة أبعاد كثيرة في الحياة السياسية للمجتمعات مما دعم موقعها باعتبارها السلطة السياسية الرابعة، لقد كانت منذ الوجود رفيق السياسية و السياسين لا لشيئ الا لأنها رفيقة الجماهير و مبتغى الأفراد و الجماعات و عمادهم في الحياة اليومية. وذلك مما جعل منها مصدرا من مصادر التنشئة السياسية و محلا لالتقاء الحياة العامة بالحياة السياسية و الشعب بالسلطة .

إن أهمية وسائل الاعلام و الاتصال الجماهيرية في التنشئة السياسية تكمن في قوة تأثيرها على الأفراد و الجماهير، ومن بين جوانب هذا التأثير نجدها تعمل على تراكم المكاسب الثقافية و المعارف و المعلومات السياسية، بناء المواقف السياسية، تعزيز المواقف و الأفكار السابقة و التحفيز على المناقشة و الحوار .

اعتبارا لهذه الحقائق التي جاءت نتيجة الدراسات الكثيرة التي أجريت حول العلاقة بين التنشئة السياسية و وسائل الاعلام يتأكد الأثر المباشر الذي تحدثه الوسائل تلك في تنشئة الفرد سياسيا

[1] عثمان الطاهات، **الإعلام والتنشئة السياسية**، 31 أوت2023،تم الاطلاع عليه بتاريخ 19-03-2024، https://www.addustour.com.

على مختلف مراحل عمره، كما أنا الدراسات الإمبريقية استخلصت احتلال وسائل الاعلام الريادة في عملية تحديث المجتمعات و بلورة ثقافة سياسية موحدة، بل ان الباحث "نيل هولند" يقول ان هذه الوسائل أصبحت تؤدي دور الوالدين التقليدي في عملية التنشئة السياسية المعاصرة.

مستويات تدخل وسائل الإعالم في التنشئة السياسية:

يحدد المختصون في الاتصال السياسي مستويات ثلاث لتدخل وسائل الاعلام في عملية التنشئة السياسية وفي نفس الوقت هي تمثل الأبعاد الثالث لتأثيرها في ترسيخ و استقرار الثقافة السياسية على حد رأي " ألموند " وهي:

- **المستوى المعرفي:**

ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام 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 .

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

المستوى العاطفي:

ويقصد به مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف وتشكيل الإتجاهات التي يتبناها الأفراد تجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية، ومعناه أن مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية يقود إلى مرحلة أخرى من مراحل التأثير وهي الإهتمام والرغبة في هده القضايا ومتابعتها، وهذا التغير والإنتقال من مرحلة إلى أخرى يؤثر ويتأثر بدوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام

خلصت جل الدراسات في الميدان مثال دراسة كل من " أتيكن " ، " جالواي " و " نيمان " (1986) حول وسائل الإعلام وثقافة الناخب، ودراسة " جونسون " (1973) حو ل التلفزيون والتنشئة السياسية، إلى أن هناك عالقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وبين متغيري المعرفة السياسية والإهتمام بقضايا البيئة السياسية.

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، وتفيد نتائج الدراسات أنه كلما زاد تعرض الأفراد لوسائل الإعالم والتلفزيون بشكل خاص كلما زادت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة السياسية المتاحة لهم.[1]

دور الاعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية

يبرز دور الاعلام في التنشئة السياسية بدرجة أكبر من مؤسسات التنشئة السياسية الأخرى التي يتعاظم دورها في مرحلة عمرية معينة من حياة الفرد، كالأسرة التي يتعاظم دورها في مرحلة

[1] سليم بوسقيعة، **الثقافة السياسية ودور الاعلام في تنميتها**، قسم علم الاجتماع جامعة قسنطينة.

تنشئة الطفل الأولى التي تسلمه للمدرسة في سنة السادسة من عمره، ومن ثم الحزب الذي يجذب الفرد في مرحلة الشباب.

وأمام عجز الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدنم عن أداء دورها بشكل فعال في تعبئة المواطنين بسبب تضيق الأنظمة الإستبدادية وغياب الدمقراطية خاصة في بعض المنطقة ، أدى ذلك إلي نفور المواطنين من هذه المؤسسات وحلت وسائل الاعلام الجديد محلها في لعب دور هام في تنشئة و تثقيف الفرد سياسيا، بينما تنتشر وسائل الاعلام في المجتمعات المتقدمة بشكل واسع وتمثل أداة رئيسية في نقل قرارات الصفوة السياسية إلي الجماهري والعكس، وذ لك من أجل توطيد الثقافة السياسية السائدة.

إن الأنترنات بصفة عامة أصبحت أداة للتنشئة السياسية الذاتية غير الرسميية وغير موجهة من أي جهة رسمية أو غير رسمية، فالفرد أصبح حر يف إختيار االمواضيع المطروحة وأيضاً له كامل الحرية في المشاركة برأيه والتعليق والانتقاد للقضايا محل النقاش، وبصفة خاصة عززت شبكات التواصل الاجتماعي قيم المشاركة السياسية والثقافة السياسية من خلال إتاحة فرصة المشاركة لكل مستخدم لهذه التقنية والتعبير عن رأيه في مختلف القضايا سواء كان ذلك في غرف الدردشة أو على الفيس بوك أو من خلال المدونات، مما شكل أداة تدريبية للمواطنين على الممارسة السياسية وخلقت وعي وثقافة سياسية لديهم مكنتهم من إحدث تغييرات جوهرية في إدراكهم لكل القضايا، وبالتالي تكون تنشئتهم مبنية على قناعات شخصية وليس على توجيهات رسمية من قبل حكومات أو جهات غري رسمية كالأحزاب السياسية وجماعات المصلحة.[1]

المبحث الثاني: وسائل الاعلام وتأثيرها في تشكيل الرأي العام وعملية صنع القرار

ان وسائل الاعلام لها دور محوري في تشكيل الرأي العام لدى المتلقي، لأنه الوسيلة الأساس لتطعيم المعارف والخبرات السياسية ومنها المساهمة في عملية صنع القرار السياسي.

[1] علي مصباح محمد الوحيشي، **دور الاعلام الجديد في التنشئة السياسية،دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية**، مجلة علوم الانسان و المجتمع العدد 16جامعة الزاويا ليبيا، سبتمبر2015، ص 284-285.

المطلب الأول: مفهوم الرأي العام

لقد ظهرت تعريفات كثيرة للرأي العام في اطار النموذج المعرفي و أبرزها ما قدمه تشارلز كولي من ان الرأي العام ليس جرد حاصل جمع الآراء الفردية لكنه عملية تنظيم لنتاج الاشتراك في الاتصال و التأثير المتبادل، و يرى هاريمان في الرأي العام انه الرؤى او الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمى من الافراد التي يمكن التوصل اليها عن طريق استطلاعات الرأي العام و استخدام عينات ممثلة،[1] فيما عرفه من مصر عبد القادر حاتم على ان الرأي العام هو الحكم الذي تصل اليه الجماعة ازاء قضية معينة و ينتج عن هذا الرأي المؤثرات و ردود الافعال المتبادلة بين افراد الجماعة او جماعة كبيرة و انه يتشكل من خلال عناصر متداخلة متفاعلة فيما بينها هي الناس و الموروث الثقافي و الاحداث و القيم و المعتقدات و الروح القومية و العادات و الاتجاهات و المعرفة و الاسرة و الدين و الاساطير و الزعامة و توصل الى ان هناك عناصر جامدة تشكل الرأي العام و هي الموروث الثقافي و يدخل فيها القيم و المعتقدات و التقاليد و الاعراف بينما العناصر الديناميكية تحتوي على الرغبة في التغيير فتدخل فيها الرغبات و الطموحات و الاحتياجات و الاعتراضات[2].

يتميز تعريف **مختار التهامي** بوصفه ان الرأي العام هو رأي اسلئد بين جمهور من الناس تربطه مصلحة مشتركة ازاء موقف او مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم او تتعلق بمصلحة من المصالح المشتركة بينهم[3]، فالرأي العام هو الاتجاه الذي يتخذه المجتمع او فئات معينة منه في مسألة بذاتها مع الاخذ في الاعتبار الا يكون ثمرة اندفاع عاطفي او رد فعل للعادات و التقاليد المتوارثة في المجتمع او نتيجة سيطرة طائفة معينة ذات مصالح خاصة من طوائف المجتمع.

---

[1] محمد شومان، **اشكاليات قياس الرأي العام**، القاهرة:دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 1999، ص 24-25.

2 ناهد رمزي، **الرأي العام و سيكلوجا السياسة**، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1991، ص16[2]

[3] منذر صالح جاسم الزنيدي،**دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، عمان: دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع ،ط1، 2013، ص148 .

وخلاصة القول ان الرأي العام ظاهرة اجتماعية تربط وجودا وعدما بمقومات وشروط وعي الاغلبية بقضية تمس مصالحها و يدور حولها جدل و خلاف و نقاش عام بغض النظر عما اذا اتيحت له فرص التعبير عن وجوده و التأثير في المجتمع[1].

أقسام الرأي العام :

1 – رأي الأغلبية و رأي الأقلية : يعني رأي الاغلبية تجميع الرأي لأغلبية الجماعة و عكس ذلك رأي الاقلية، و رأي الاغلبية يمثل رأي ما يزيد عن نصف الجماعة و ليس

المقصود الاغلبية الحسابية او العددية بل الاغلبية ذات التأثير و الفاعلية فربما كان لرأي بعض الافراد القليلين في الجماعة تأثير كبير بمعنى ان يتبعه معظم افراد الجماعة.

2 – **الرأي الائتلافي و الرأي الساحق :** الرأي الائتلافي يعني ائتلاف بعض الآراء في المجتمع ازاء مشكلة معينة في وقت معين تحت تأثير ظروف معينة، اما الرأي الساحق هو ما يعبر عنه بالرضا العام بمعنى وصول كل اعضاء الجماعة الى قرار او رأي معين و ليس رأي اغلبية، و يرتبط ذلك بعلم السياسة من حيث مفهوم الشرعية السياسية التي تعني الرضا العام من المحكومين حلى حكامهم.

3– الرأي الكامن و الرأي الباطن: يكون الرأي الكامن اذا كان افراد الجماعة يحسون مشكلة ما داخل اعماقهم لكن رأيهم لم يحدد حول هذه المشكلة بوضوح و لم تتحول اتجاهاتهم من المشكلة الى سلوك ايجابي و يتحول الرأي الكامن اذا استجد موقف حاسم الى رأي عام ظاهر، و الرأي العام الباطن يتكون لدى بعض الجماعات داخل المجتمع و لكنهم لا يفصحون عنه نتيجة للخوف من الحاكم او النظام السياسي القائم الا اذا تغيرت الأوضاع السياسية.
4– الراي الظاهر و العملي: يرتبط الرأي العام الباطن بالرأي العام الظاهر ارتباطا عكسيا بمعنى انه استطاع افراد المجتمع التعبير عن رغباتهم و ما يدور في تفكيرهم بالسلب و الايجاب فان الرأي العام هنا يكون صريحا و ظاهرا كما في المجتمعات الليبرالية .

[1] محمد شومان، **اشكاليات قياس الرأي العام**، المرجع السابق. ص 60.

5- الرأي العام العالمي و الاقليمي و المحلي: فالرأي العام العالمي يعني الاتجاه او الفكرة السائدة بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو مشكلة معينة بمعنى أنه رأي الشعوب و ليس رأي الحكومات، أما الرأي الاقليمي فهو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا كالدول العربية مثلا في مدة معينة نحو قضية من القضايا التي تشغل بال الشعوب وما يهم هو رأي الشعوب و ليس رأي الحكومات بخصوص مواقفها المؤيدة او المعارضة او التزامها الحياد، اما الرأي العام المحلي فهو الرأي الذي يسود سواء غالبية الشعب في الدولة أو بعض طوائفه في وقت معين حول قضية عامة يلزم باتخاذ قرار بشأنها متعلق بالمصلحة العامة لهذا الشعب.

6- الرأي العام الدائم و المؤقت و اليومي: و تعتبر بمثابة تقسيم زمني للرأي العام فالاول يتركز على اسس تاريخية و ثقافية و دينية و حضارية و قومية و يشترك في تكوينه كل أفراد الجماعة و يتسم بالثبات و الاستقرار، أما الرأي العام اليومي هو الفكرة اليومية و مجريات الامور من ثنايا ما تبثه وسائل الاعلام و خاصة الصحف اليومية فهو مرتبط بالآنية[1].

طرق قياس الرأي العام

هناك ثلاثة طرق لقياس الرأي العام هي:

1.**طريقة الاستفتاء:** يعرف الاستفتاء بأنه مجموعة من الاختبارات والطرائق القصد منها الوقوف على اتجاهات الرأي العام حيال العديد من المشاكل العامة التي تنفعل بها جماهير الرأي العام في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وتتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من جمهورالرأي العام يتم اختيارها بدقة بالغة وتوجه اليها العديد من الأسئلة ويجب ان تكون العينة ممثلة لجميع عناصر وعينات المجتمع تمثيلا حادقا ودقيقا كما يجب ان يكون عدد افراد العينة كافيا ومطابقا لنسبة كل شريحة من المجتمع مع مراعات عوامل السن والجنس

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، المرجع السابق. ص149-150.

والمستوى الاقتصادي والاجتماعي ومراعات مدى تعرض افراد العينة لوسائل الاعلام ومدى ثقافتهم ودرجاتهم التعليمية والحضارية وغير ذلك[1].

2. **طريقة المسح :** تستخدم هذه الطريقة في دراسة الظواهر لتحديد طبيعتها ومعرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها ووضائفها وذلك بجمع الحقائق عن الظاهرة وتحليلها للوصول الى تعليمات بشأنها وتعد طريقة المسح اهم واشمل من طريقة الاستفتاء لأنها تبين اتجاهات الرأي العام غير الظاهرة.ويستخدم في قياس الرأي العام عن طريق المسح اسلوب الملاحظة وأسلوب المقالة.وتستخدم طريقة المسح بالنسبة للرأي العام الكامن الذي تعبر عنه الجماهير في صورة دردشة او شائعات او نكت او اشارات او حركات انفعالية وانفعالات مختلفة كعدم الاصغاء لمتحدث او محاضرة ، وعن طريق المسح يمكن قياس الرأي العام الظاهر عن طريق المقابلات والمحادثات والمناقشات .

3.**طريقة تحليل المضمون:** قد يحدث احيانا ان يحتاج الامر الى قياس الرأي العام في منطقة لايمكن فيها تطبيق احدى الطريقتين السابقتين وذلك لبعد المكان وجود موانع سياسية او طبيعية او اكثرة التكاليف او نحو ذلك .وفي مثل هذه الحالة يمكن لخبراء الرأي العام القيام بعمليات القياس عن طريق تحليل مضمون وسائل الاعلام من راديو وتلفزيون وصخف ومطبوعات او الكتب والمجلات والمنشورات والصور[2]

وسائل تكوين الرأي العام

ان اهم وسائل تكوين الرأي العام و تشكيله في العصر الحديث هي الوسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية ومنها الصحف التي يعتبر الخبر مادتها الرئيسية الى جانب المعلومات

والآراء و الافكار التي تساعد المجتمع على تكوين رأي صحيح في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية عن طريق تكرار الصحيفة لفكرة معينة في اكثر من

[1] حميدة سميسم ،**نظرية الرأي العام** ، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1992، ص302 .

[2] محمد نصر مهنا، **مدخل الى الاعلام وتكنلوجيا الاتصال في عالم متغير** ، الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2005، ص144.

قالب او اكثر من شكل من اشكال التحرير الصحفي .كما تلعب الصور والرسوم الكريكاترية دورا قد يكون اوقع في النفس من الكلمات وقد تحدث الاستجابة المطلوبة فالحال فالمخيلة اسرع في ادراك الصورة منها في ادراك العبارات ، وتقوم المجلات والكتب بدور كبير في تكوين الرأي العام فالمجلات تقدم الموضوعات بصورة اكثر دقة وأوفى شرحا ودراسة كما انها تقدم النتائج التي تقدمها الصحف ،اما الكتب فلها تأثير كبير في تكوين رأي الطبقة المثقفة بوجه عام والصفوة وقادة الرأي بوجه خاص وهؤلاء يمثلون الرأي العام القائد وتمارس الاذاعة دورا كبيرا لانها تستطيع تحطيم حواجز الزمن والمسافات البعيدة والحواجز الطبيعية عن طريق الموجات القصيرة والاقمار الصناعية لتصل الى عدد ضخم من المستمعين وتخاطب الاذاعة الجماهير ذات المستوى الثقافي المتوسط والمنخفض الى جانب جمهور الامين[1].

اشارت الدراسات التقليدية التي قام بها بول لازار سفيلد وغيره الى اثاروسائل الاعلام على الرأي العام حيث وجد ان السياسة تتأثر بوسائل الاعلام بطرق يصعب ملاحظتها احيانا ووجد ان التقارير الاخبارية المتلفزة وغيرها من النشرات الاعلامية اثار عديدة تتركها على نظرة الناس للسياسة وموقفهم حيالها ،وتمكن الباحثون من تحديد اربعة طرق مختلفة تترك وسائل الاعلام عبرها اثارا على الراي العام وهي تمكين الناس من الاحاطة بما يجري في العالم (اسلوب التعليم) وتحديد القضايا والأحداث السياسية الهامة او مشاكل الساعة (اسلوب ترتيب الاحداث) ولعب دورا تأثيري في تحديد فن من السياسيين ينبغي لومه او مكافئته بشأن المواضيع والأحداث التي توردها الاخبار (تحديد المسؤولية) وأخيرا هناك اسلوب التأثير على الخيارات والميول على السياسية للناس (الاقناع) وتعمل هذه الفئات الاربع من التأثيرات ضمن

[1]، نفس المرجع، ص 136_138.

اطار اشبه ما يكون بالسلسلة[1]، وهناك عناصر اخرى تساعد على تكوين الرأي العام منها ارتفاع مستوى التعليم وزيادة عدد المتعلمين والمثقفين وخاصة بين الشباب الذين يلعبون دورا مؤثرا في تشكيل الرأي العام وسوقه بالاتجاه المطلوب وتحقيق الغايات المرجوة[2].

يعني التعليم الوظيفة التربوية العامة لوسائل الاعلام الاخبارية وفي المجتمعات الديمقراطية ينظر الى عملية بحث المعلومات كواحدة من المهام الاساسية التي تضطلع بها وسائل الاعلام الاخبارية، وهناك ثلاث مجموعات مختلفة من التأثيرات تندرج ضمن اهمية التعليم حيث ان اكثر انماط التعليم عمومية ذلك يعني بآثار النشرات الاخبار على معرفة الفرد بالشؤون السياسية (اكتساب المعلومات) ويلعب التعرض لوسائل الاعلام دورا هاما في

الحملات الانتخابية اذا انه قد يرفع من فرص المرشحين (للتعريف بأسمائهم) وأخيرا يساعد اكتساب المعلومات الناخبين في التعبير عن ارائهم حول المرشحين (تكوين الاراء)[3].

من العوامل الأخرى التي تساهم في تكوين الرأي العام الحضارة و المؤثرات الحضارية الثقافية ذات التأثير الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية والرأي العام لأنها تهيأ للفرد اساليب التعامل مع الناس و التكيف مع البيئة ، كما قد يكون لواقع الكوارث و الاحداث و الازمات تأثير كبير في تكوين الرأي العام عن طريق استغلال الدعاية لبعض هذه الاحداث و العادات والتقاليد والدين والجنس والمستوى الاقتصادي دورها في تكوين الرأي العام[4].

العوامل التي تساعد على تشكيل الرأي العام

يتكون الرأي العام في الظروف والحالات التالية :

---

[1] ستيفن اينز لابير ، ترجمة شحدة فارع **لعبة وسائل الاعلام السياسية الامريكية في عصر التلفزيون**، ط1، عمان: دار البشير، 1999، ص 133.

[2] نزار ميهوب، **صوت الشعب هو صوت الله في مفهوم الرأي العام وتشكله وقياسه**،تم الاطلاع عليه في 19-03-2024 - https:// www.sptechscom/news/ articale243.html

[3] ستيفن اينز لابير، نفس المرجع،ص131_ .132

[4] محمد نصر مهنا، **مدخل الى الاعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير** ،المرجع السابق، ص131_132.

1.عندما تتحول قضية غامضة في المجتمع الى قضية واضحة يمكن لجميع الافراد ان يستوعبوها ويدلوا برأيهم تجاهها وفي هذا الاطار كلما ازدادت شفافية المجتمع سياسيا، ثقافيا واجتماعيا وكان الرأي العام ايضا اكثر وضوحا وظهورا ولعل ابرز اشكال هذا الظهور هو سخونة سوق المنافسة بين افراد الاتجاهات المختلفة.

2.ليس بالضرورة ان يتشكل الرأي العام تحت تأثير الاعلام والدعاية ،فالدعاية تؤثر في قوة الأرضية التي يقف عليها الرأي العام ولا تخلق قضايا جديدة بل تجعل اعتقاد الناس بتلك القضايا قويا وراسخا

3.تعتبر نظرة الناس ودرجة ثقتهم بوسائل الاعلام ارضية اساسية لظهور الرأي العام وايجاد ثقة لدى الناس اتجاه عوامل اخرى .

4.يتشكل الرأي العام حين يشعر المجتمع بأنه صاحب دور ورأي في قضاياه و شؤونه سواء كان ذلك بالسلب او بالإيجاب

5.يكون تشكيل الرأي العام سريعا جدا في القضايا التي جربها المجتمع من قبل ولا تشكل شيئا جديدا بالنسبة له

وهناك ثلاث عوامل تعتبر مناسبة لدراسة الرأي العام خاصة وان بعض المختصين يرون اهمية كبيرة للأرضية التي يجب ان يستند ويقف عليها الرأي العام وهي :

1-ان الرأي العام اطار مفيد ومناسب من خلاله يعلن المرء رأيه في القضايا الجارية في المجتمع بكل صراحة.

2-ان الرأي العام يملك القدرة على زيادة درجة التضامن بين افراد المجتمع واتجاهاته المختلفة.

3-قدرة الرأي العام على اخراج الأفكار والمعتقدات الخفية من الزوايا القابعة فيها الى السطح وطرحها على جميع الافراد[1].

المطلب الثاني: مفهوم صُنع القرار السياسي

تعريف صنع القرار السياسي

يعرف الدكتور حامد ربيع القرار السياسي بأنه حركة واثقة نحو القضاء على حالة من حالات التوتر لتصفية مصادر ذلك التوتر بصورة أو باخرى، أما ريتشارد سنايدر فقد عرف صنع القرار بانه العملية التي ينتج منها اختبار البديل بين مجموعة من البدائل التي تم تحديدها في اطار اجتماعي بهدف التأثير في المستقبل كما يراه صانعو القرار.[2]

يمكن تعريف عملية صنع القرار، كونها مجموعة القواعد والخطوات التي يتبعها المشاركون في عملية اتخاذ القرار من أجل اختيار معين بغية التصدي لمشكلة ما، وهي الأسس الرسمية وغير الرسمية التي يتم بواسطتها تقييم الاختيارات المتاحة والعمل على إحداث توافق فيما بينها، ويعد العالم ريتشارد سنايدر أول من تحدث عن تحليل صناعة القرار السياسي.

العوامل المؤثرة في صنع القرار السياسي

الأيديولوجية:

تُشكل الأيديولوجية الإطار المتكامل من الأفكار والقيم السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وهي بذلك تمثل طريقة مُثلى في ممارسة السلطة، وصناعة القرار السياسي، سواءً كان القرار على مستوى الدولة، أو المجتمع الدولي برمته.

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، المرجع السابق، ص 157.

[2] حامد ربيع، **من يحكم تل أبيب**، بيروت: المؤسسة العامة للدراسات و النشر، 1975، ص 343.

طبيعة النظام السياسي:

كون النظام السياسي هو الهيكل العام الذي تتفاعل وتتحرك فيه المؤسسات، فهو عبارة عن مجموعة العلاقات الإنسانية المكونة من رغبات وانفعالات وأفكار وإمكانات مادية ومعنوية، يضم جميع المبادئ والعلاقات الداخلية والخارجية التي تؤثر في صناعة القرار، إذ ما كان النظام مرنًا أو جامدًا، ديمقراطيًا أو دكتاتوريًا أو شبه ديمقراطي.

البيئة:

تُعد البيئة الداخلية والخارجية، سواءً البيئة الطبيعية أو البشرية، عاملاً حاسماً في صناعة القرار، فالبيئة بما توفره من موارد طبيعية وثقافية، وتفاعلات بين الفاعلين تؤثر على عملية صناعة القرار الداخلي والخارجي، فالدولة تنهج سلوكها السياسي بناء على العادات والتقاليد المجتمعية، وطبيعة علاقتها بالمجتمع الدولي، ومستوى تأثيرها في هذا المجتمع.

طبيعة القيادة:

تلعب الخصائص الشخصية، والمؤثرات المحيطة، والمصالح التي تحكم القائد دوراً في صناعة القرار السياسي، خاصة في تلك النظم الشمولية، أو تلك القيادات التي تحظى بكاريزما معينة، أو تاريخ وطني من وجهة نظر المواطنين.

الإعلام وتوجهات الرأي العام

سواءً على الصعيد المحلي أو الدولي، فإن الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، بات لها دور فاعل في عملية صنع القرار السياسي، إذ أن الإعلام بات يشكل وجهات النظر العامة للناس حول القضايا التي تشغلهم "الرأي العام"، مما يشكل حالة ضغط على صانع القرار قد يدفعه لاتخاذ قرار يتناغم والحالة العامة للناس، التي شكلتها وسائل الإعلام بدورها.

جماعات الضغط

تساهم الأحزاب والنقابات والشركات العملاقة والمتوسطة، وغرف الصناعة والتجارة، والاتحادات والجمعيات بشتى مجالاتها كقوى ضاغطة، في توجيه صانع القرار نحو اختيار قرارات دون أخرى تتوافق ومصالحها، وخاصة في الدول ذات النظم الانتخابية، إذ يتوجه صاحب القرار لاتخاذ قرارات معينة بهدف تحسين وضعه من وجهة نظر الناخبين.

السّكان والأسر

يتأثر صانع القرار بالتكوين الديموغرافي للمجتمع، سواءً إذا كان المجتمع ذات أغلبية شابة أو مسنة، متعلمة أو أمية، فاعلة أو متكاسلة، وكل هذه العوامل الديموغرافية تقود وتوجه صانع القرار السياسي، في اتخاذ القرارات التي تلقى صدىً طيب لدى الجمهور، وتخدم مصالح الأغلبية خاصة في ظل النظم الديمقراطية.

مداخل صناعة القرار السياسي

تتنوع المداخل النظرية في دراسة عملية صناعة القرار السياسي في العلوم السياسية، والتي منها ما يأتي:

- **المدخل المؤسسي التنظيمي:** ويتعامل مع القرار السياسي في إطار كونه نتيجة لعمليات تنظيمية، متفاعلة ومتنافسة فيما بينها، بما يُضفي على القرار الإلزامية والعمومية والشرعية.
- **النخبة:** وهو تأثير مالكي وسائل الإنتاج كما يراهم كارل ماركس، أو من يملكون قوة التنظيم كما بالنسبة لموسكا و ميتشلز، لتعبر القرارات السياسية وفق هذا المدخل عن تفضيلات النخبة المُسيطرة على مراكز صنع القرار.
- **الفاعل العقلاني:** يفترض أن القرار السياسي محصلة تصرفات عقلانية داخل وحدة صنع القرار، بغية تعظيم الإشباع للقيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ومن

متطلبات هذا المدخل الإلمام بقيم المجتمع والمعلومات حوّل البدائل المتاحة، والتنبؤ بنتائج كل بديل.

- **مدخل الجماعة:** ويرى أن القرار محصلة تفاعل وتنافس بين المنظمات الفاعلة في صنع القرار.
- **مدخل النظم:** ويرى أن القرار هو نتيجة تفاعل النسق السياسي مع بقية الأنساق الفاعلة في المجتمع[1].

مراحل صنع القرار

يتأثر نجاح أي منظمة بشكل كبير بالقرارات التي تتخذها فرق الإدارة والقيادة، فأهم ما يبرز النتائج الإيجابية وجود المدير الذي يولي اهتمامًا لاستراتيجية صنع القرار الخاصة به وينظر في الأمور بدقة.

وتشير عملية صنع القرار إلى الخطوات المُتخذة للتفكير في حل مشكلة ما، ولذلك تُتخذ قرارات طويلة الأجل أو قصيرة الأجل، وتمر عملية صنع القرار بمراحل نوضحها فيما يلي:

1-تحديد المشكلة

أولى مراحل اتخاذ القرار، هو تحديد المشكلة، وهي المرحلة التي تساعد على اكتشاف حلولًا تعالج مشكلة كاملة بدلاً من أجزاء منها.

وعلى سبيل المثال، إذا انخفضت أرقام المبيعات في شركة ما؛ فلا بد من معرفة الأسباب الجذرية التي أدت إلى المشكلة، بدلًا من ضخ الأموال مقابل المزيد من الإعلانات.

2- إجراء البحث الشامل

[1] بلال الذيبات، **العوامل المؤثرة في عملية صنع القرار السياسي**، 24اوت2022، تم الاطلاع بتاريخ 25-03-2024، https://mawdoo3.com.

قد يساعد إجراء بحثًا شاملًا على جمع معلومات إضافية لاتخاذ قرارات مستنيرة، فمن الضروري الاستفادة من وجهات النظر الأخرى واستشارة الزملاء ذوي الخبرة، حتى في حال امتلاك المعرفة الكافية.

فالاستعانة بالمزيد من وجهات النظر يساعد على إدراك عيوب بعض الحلول، حتى يمكن اختيار الحل الأفضل.

3- إعداد قائمة بالحلول القابلة للتطبيق

الخطوة الثالثة من خطوات صنع القرار، جميع الحلول الممكنة للمشكلة وكل قرار قد يقع الاختيار عليه، وفي قائمة تُجمع أكثر القرارات فاعلية والتي تحقق أكبر فائدة ولا تسبب المزيد من المشكلات.

وفي حال وجود العديد من الحلول للمشكلة؛ يمكن استغراق وقتًا في التفكير، أما إذا كانت هناك قيودًا في الميزانية أو الوقت؛ فيمكن تنفيذ حلًا عمليًا واحدًا.

4- المناقشة مع أعضاء الفريق

في المرحلة التالية، يجب إجراء مناقشة مع أعضاء الفريق حول الأفكار والحلول المُقترحة، خاصة إذا كانت هناك صعوبة في الاختيار من بينها.

ويساعد أعضاء الفريق على تقييم تأثير الحلول المُقترحة، ومدى تأثيرها على الأقسام المختلفة، وهو ما يفيد عند اتخاذ قرارًا في مجال لا يملك فيه قائده خبرة كبيرة[1].

[1] **خطوات و استراتجيات صنع القرار**، 17سبتمبر2023، تم الاطلاع بتاريخ 25-03-2024
https://bakkah.com/ar/knowledge-center/

5- تقييم الأفكار

بعد ذلك تأتي مرحلة تقييم الأفكار من حيث مدى جدواها، مع الوضع في الاعتبار ميزانية المنظمة والموارد التي يحتاج إليها القرار، لأن في بعض الأحيان يكون اختيار حلًا أكثر فاعلية من حيث التكلفة هو الخيار الأمثل عندما لا تكون المشكلة حرجة، في أحيان أخرى، قد يكون الحل الأقل شمولاً ولكن يمكن تنفيذه بشكل أسرع أكثر ملائمة للمشكلة، لذلك يجب تقييم الإيجابيات والسلبيات لكل حل واتخذ قرارًا بناءً على معالجة القضايا الأكثر إلحاحًا.

6- اختيار الخيار الأفضل

تتمثل المرحلة التالية في اختيار الخيار المُرجح أن يقدم الحل الأفضل للمشكلة، وقد يكون الحل المفيد هو الذي يمكن تنفيذه بسهولة ويعالج المشكلات ويوفر فوائد إضافية.

7- تقييم نتائج القرار

من الضروري إجراء تقييمًا شاملًا للقرار المُتخذ، لمعرفة مدى جدواه في حل المشكلة، وتحديد ما إذا كان الحل البديل في القائمة قد عالج المشكلة بشكل أفضل.

ويُجرى هذا التقييم من خلال مراقبة الفائدة والتكلفة التي أعطاها هذا الحل للعمل، وتحديد كيف يمكن زيادة هذه التأثيرات أو الحد منها في القرارات المستقبلية.

8- استخدام نتائج القرار

في نهاية عملية صنع القرار، يتم استخدام نتائج القرار، مع إجراء تقييمًا ذاتيًا لها، لمعرفة مدى تأثيرها على القرارات اللاحقة.

وعلى سبيل المثال، إذا كان القرار اتُخذ عن طريق المناقشة مع أعضاء الفريق؛ فيمكن تكرار هذه الاستراتيجية في معالجة مشكلة أخرى[1].

المطلب الثالث: تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام وتوجيهه

وسائل الإعلام وتشكيل الرأي العام

اتفق الباحثون على أن تشكيل الرأي العام من طرف الإعلام يمر بعدة مراحل، إلا إن كلا منهم حدد تلك المراحل من وجهة نظره، وعلى العموم يتشكل الرأي العام وفق خمسة مراحل، بحيث يعتبر إدراك المشكلة هو المرحلة الأولى من مسلسل تشكيل الرأي العام من طرف وسائل الإعلام، وهنا تمثل وسائل الإعلام الجماهيرية دورا هاما في الاهتمام بالمشكلة، ثم تليها مرحلة تعدد الآراء ومناقشة القضية، وظهور وجهات النظر المختلفة حول أسباب المشكلة ومسارها وحلولها، مع ربطها بمحيطها المجتمعي، ثم تأتي المرحلة الثالثة المتمثلة في تطور المناقشة بين الأفراد، لتصبح نقاشا بين القوى الاجتماعية والطبقية أو الفئوية ثم بعد ذلك تتضح الأفكار والرؤى حول الأبعاد والمفاهيم، وتتقارب وجهات النظر خاصة في نقاط معينة، لتمثل بذلك المرحلة الرابعة، أما آخر مرحلة فهي مرحلة الرضا والاتفاق، مع التوصل إلى الحلول الوسطية المناسبة، واستبعاد الآراء المتطرفة، وبالتالي يصبح هناك رأي معين تقبله الأغلبية. كما تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام، خاصة في وقتنا الحالي مع تطور التكنولوجيا وانتشارها على نطاق واسع في المجتمع، حيث أصبح الإعلام نقطة الانطلاق للتوجيه وتبني المواقف تجاه الأنشطة المحلية أو الدولية، الاقتصادية أو الاجتماعية، السياسية أو الحربية، وغيرها من المجالات الأخرى، وذلك من أجل حشد آراء الشارع، كما أن الاستخدام الفعال لآخر تقنيات الإعلام ضروري من أجل التحكم واللعب بالعواطف والسيطرة على العقول، والاعتماد

[1] **خطوات و استراتجيات صنع القرار**، 17سبتمبر2023، تم الاطلاع بتاريخ 25-03-2024 https://bakkah.com/ar/knowledge-center/.

على القنوات الفضائية في اتجاه استبدال الصورة باللغة، وهي توجهات عالمية أكثر من كونها محلية .

من الضروري أن نشير إلى علاقة الرأي العام بالظاهرة السياسية، بحيث أنه في عالمنا اليوم يملك كل فرد جزءا من السلطة تبعا لديمقراطية النظام السياسي القائم، فالسلطة خاضعة لتأثيرات الأفراد والجمهور ونقدهم، كما أن القائمين على السلطة لم يعد بإمكانهم اتخاذ الكثير من القرارات من دون موافقة على الأقل ضمنية.

أصبح الرأي العام ظاهرة لا يمكن تجاهلها من طرف السلطة الحاكمة، مثلها مثل أية ظاهرة أخرى، وتتحدد العلاقة بين الظاهرة السياسية وظاهرة الرأي العام من خلال مستويات دقيقة تشير إلى تأثير ذلك في السياسة الخارجية والداخلية.

فالمستوى الأول يتمثل في الرأي العام المحلي، ومشاكل السياسة القومية المرتبطة به، فإذا كان المجتمع متقدما ومهتما بمشاكل السياسة الخارجية ومعبرا عن رأيه العام حولها، فإن المجتمع المتخلف لا يهتم سوى بمشاكل السياسة الداخلية فقط.

ثم هناك الرأي العام المحلي والقومي، الذي يمكن استخدامه للتأثير على القوى السياسية الداخلية في مواجهتها لقرار سياسي خارجي، وهناك مستوى الرأي العام الدولي الذي نجح كقوة ضاغطة تحرك السياسة الخارجية محليا ودوليا.

و أخيرا هناك الرأي العام المحلي المرتبط بمستوى آخر من الرأي، له نفس المفاهيم وبالتالي تصبح ظاهرة الرأي العام تعبيرا عن مصالح طبقة معينة متجانسة ومتماسكة أكثر من الرأي القومي[1].

[1] صبار محمد، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، 1جانفي2023، تم الاطلاع عليه بتاريخ25-03-2024، https://subulmagazine.com

تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام:

لاشك ان وسائل الاعلام تلعب دورا متميزا في حياة المجتمعات خاصة بعد التطورات التكنولوجية الهامة و البث الفضائي عبر الحدود الذي يعطي بشكل او آخر اطلاع عامة المجتمعات على ما يجري من احداث بغية الوصول الى اهداف القائم بالرسائل الاتصالية، و أصبح الاعلام المرجع الرئيس للتشوير الفكري و اتخاذ المواقف ازاء الاعمال المختلفة العسكريو و الثقافية و التكنولوجية لحشد آراء الشارع الانساني للرأي العام، ففي 9نوفمبر 1977م زار الرئيس المصري انور السادات القدس و اشتهرت هذه الزيارة اعلاميا بمبادرة اولى للسلام بمثابة اول زيارة رسمية معلنة يقوم بها رئيس عربي الى اسرائيل في وقت كانت الدول العربية في حالة حرب مع اسرائيل و نظرا لأهمية تلك الزيارة فقد استحوذت على اهتمام وسائل الاعلام المحلية و الاجنبية باعتبارها اسلوبا جديدا و فريدا لحل الصراعات الاقليمية في ظل النظام الدولي ثنائي القطبية و ركزت وسائل الاعلام المحلية على ذلك و التي كانت تخضع للسيطرة الدولة بصورة مباشرة على النتائج الايجابية فقط و ربطت بين الزيارة و تحقيق السلام و الرخاء دون السماح بظهور أي معارض للزيارة في وقت ان الزيارة تمت عندما كان النظام الحربي في مصر يقوم على تعددية شكلية فنقول أن الزيارة اثارت اهتمام الرأي العام المصري و احدثت جدلا و نقاشا واسعين لم تعكسه وسائل الاعلام و اكتفت بمواقف المؤيدين لذلك بشكل يشوبه التضخيم للنتائج الايجابية للزيارة و عرضها بشكل دعائي لدعم الزيارة و كسب التأييد، فمن بين المؤيدين حزب الأحرار الاشتراكيين الذي ايد الزيارة بشكل ايجابي عبر صحيفة اسبوعية اسمها الاحرار، وهكذا يمكن افتراض وسائل الاعلام قد اثرت في تكوين آراء الجمهور اتجاه زيارة السادات للقدس كما اثر هذا المناخ الاعلامي المتميز في تكوين الرأي العام و نظرا الى تزيف الراي العام الحقيقي رغم وجود المعترضين على ذلك و يمكن القول ان الهيئة التي قامت بهذا الحدث قد تأثرت بدورها في ذلك المناخ ولاسيما ان وسائل الاعلام و خاصة الصحف كانت اهم مصدر اختيار

الموضوعات التي كان جاهزا لقياس الرأي العام فيها ومعرفة جوانبها و صياغة الاسئلة و بناء الاجابة المتوقعة.

يشير ذلك الى ان غالبية وسائل الاتصال و الاعلام العربية في الحقيقة غير عربية أي مصنعة خارج الوطن العربي و ان كثير مما تقدمه هذه الوسائل هي رسائل اعلامية تنتج خارج الوطن العربي ولا يخدم المصالح العربية.

يؤكد مستشار الامن القومي الامريكي السابق برجنسكي على ضرورة الاستخدام الفعال لاخر تقنيات الاعلام لكي تلعب بالعواطف و تسيطر على العقل و الاعتماد على التلفزيون وبالتالي الاتجاه نحو استبدال اللغة بالصورة وهي عالمية اكثر من كونها وطنية[1].

التأثير الايجابي:

– **الجانب الاجتماعي:** المحافظة على الأفكار السائدة في المجتمع و ذلك بنقلها من جيل الى جيل، ونشر المعلومات للنهوض بشتى النواحي الاجتماعية و توحيد شرائح المجتمع على النظام و عادات وقيم موحدة.

–**الجانب السياسي** الحفاظ على الاستقرار السياسي بين الحكام و المحكومين من خلال بث الخطابات و إظهار البرامج التنموية التي تسعى الحكومة الى تحقيقها.

– **الجانب الديني:** نشر تعاليم الدين و تكوين رؤية صحيحة للأحكام و الشرائع الدينية و توضيحها للرأي العام.

– التصدي للحملات الشرسة التي تطلقها الدول الغربية على الدين الإسلامي مثل: وقف المآذن في سويسرا وسب النبي صلى الله عليه وسلم في الدنمارك.

– **الجانب الاقتصادي:** تكوين الرغبة لدى الجمهور في شراء المنتوجات المحلية و الوطنية وهذا ما تسعى اليه بعض الإذاعات وما نلاحظه من اشهارات تبثها التلفزة الجزائرية.

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، المرجع السابق ، ص 161–162.

2- التأثير السلبي: نحاول عرض بعض التأثيرات السلبية منها:

الجانب الاجتماعي: إن التوسع الهائل لوسائل الاعلام (الانترنات، التلفزيون، الاذاعة...) أدى الى تدهور الحياة الاجتماعية إذ ظهرت عدة مشاكل نتيجة تأثير هذه الوسائل على آراء و افكار هاته الجماهير ومن هذه المشاكل (التفكك الاسري، الطلاق، التغير في نوع اللباس...)

-**الجانب السياسي:** تسعى وسائل الاعلام للتأثير في آراء وأفكار جمهورها في هذا الجانب وذلك بمحاولة إحداث تغيير في الآراء السياسية وهذا نتيجة الضغط الذي تمارسه عليها الجماعات الضاغطة مثل الأحزاب التي تسعى الى تحقيق مدى ادى الجمهور فتعمل على استغلال هذه الوسائل تبعا للمخططات التي تساعد على قيامها وتدعم اتجاهها.
- اهتمام الحكام بسعيهم الدائم لتطويع قوة الرأي العام الذي تخلقه وسائل الاعلام وترويجها لصالحهم بما يخدم مصالحهم.

- الجانب الديني: إن ما نلاحظه اليوم من خلال شاشات التلفزيون وما نسمعه وما نقرؤه احداث تغيرا عميقا في الجماهير اذ انسلخت من ثوبها الديني لتعانق وتتبع الافكار الغربية المخلة بحياء الأمة

- الجانب الاقتصادي: تعمل اغلب وسائل الاعلام على بث ونشر الافكار حول السلع الغربية والترويج لها بأنها أفضل السلع دون الاشارة الى المنتجات الوطنية و محاولة إعطاء نظرة حسنة عليها وهذا كون رأيا سلبيا نحو المنتجات الوطنية ثم الغربية بصفة عامة[1].

المطلب الرابع : الاعلام واستراتجية صنع القرار السياسي

لم يعد الاعلام في عصرنا الحالي يلعب دور الوسيط و مد قنوات الاتصال بين المنتج و المستهلك لنقل المعلومات و الافكار بل تجاوز هذا الدور الى ان اصبح المسؤول عن صناعة الاحداث و قيادة مسار التطور في العالم، و لكون وسائل الاعلام تتحمل الدور الاهم في

[1] محمد الجوهري وآخرون، **علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال**، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1992 ،ص 292-293.

صياغة و تعديل الصور الذهنية و المحرك الاساسي للسياسات العامة، من هنا يأتي دورها في صناعة القرار السياسي الذي اصبح بفضل الاعلام و قنواته المتعددة و المتطورة عملية تشارك فيها مختلف فئات المجتمع المدني اضافة الى تطوير مستوى عقلانية القرار و رشده.[1].

القرار نظريا هو معالجة مشكلة تحتاج الى حل و توافر اكثر من حل بديل لكل منها منافع و عيوب و يتم اختيار احد هذه الحلول البديلة كي يصدر في شكل قرار من السلطة السياسية لتنتهي به المشكلة بطريقة ما، لذا فالقرار موضوع اهتمام علوم كثيرة منها علم النفس وعلم الاقتصاد والادارة ومختلف فروع العلوم الانسانية و تشكل المؤثرات البيئية التوجه العام للدولة و تتسم بالتعدد و التنوع و الاختلاف منها ما هو ثابت كحقائق التاريخ و الجغرافية و منها متغير فقدرات الدولة الاقتصادية و منتجات التكنولوجيا و التقدم العلمي، يطلق على هذه المتغيرات اسم (البيئة الداخلية للقرار) وهناك متغيرات دولية و اقليمية لها تاثيراتها المتزايدة عليه تشكل (البيئة الخارجية) وسواء كانت بيئة القرار الداخلية ام الخارجية فانها تتسم بالتداخل و التعقيد و العناصر المكونة لها سريعة التلاحق و التغيير، خاصة و ان المتغيرات الدولية و الثورة التكنولوجية الهائلة اعطت لهذه العناصر ابعادا جديدة لم تكن معهودة في السابق و اصبحت تشكل تحديات حقيقية امام صانعي القرار بقدر ما ساهمت و تساهم في تسهيل و تسريع عملية صناعة القرار، و الاعلام في عصرنا الحالي لم يعد صاحب تأثير في السياسات الدولية فقط بل تجاوز ذلك بكثير، فهو فضلا عن مساهمته في صياغة تلك السياسات أصبح يتدخل مباشرة في علاقات الافراد بعضهم ببعض و يعمل على هيكلة و صياغة معتقدات الناس و تعديلها باستمرار و تجاوز مرحلة توصيف الاحداث و رصد تحولاتها و اصبح الشريك الاساسي في صناعة الاحداث و لم يعد يمثل السلطة الرابعة او الخامسة بل اصبح يشغل المجال الشفاف بين الفعل السياسي و الثقافي و رد الفعل الجماهيري، و اصبح ينظر اليه على أنه المعيار الذي تقاس به كفاءة الأداء العام للنظم السياسية القائمة او لقياس مدى فاعلية او صلاحية اي فكرة.

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، دور **وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي**، المرجع السابق، ص194.

تساعد وسائل الاعلام في تسهيل مهمة تقويم المعلومات اثناء عملية صناعة القرار كما تعمل على تحديد اولويات اهتمامات القادة السياسين، كما تحدد اهتمامات و اولويات الجماهير العامة اضافة الى تقديم المعلومات الى القادة متخذي القرارات للتأثير مع الخبراء و النخبة على صانعي القرار، و اخيرا تقوم بنقل و تفسير للرأي العام[1].

استراتجيات الاعلام و تأثيرها على صنع القرار السياسي:

تهدف استراتجية الاعلام الى التأثير في المراحل المختلفة لصنع القرار حددها رايت و بابر في اربع مراحل هي:

1- تحديد المشكلة: يمثل ادراك صانع القرار التغيرات المستقبلية في البيئة التي تستلزم التحرك ازاءها باتخاذ القرار المناسب، المرحلة الاولى لصنع القرار، و تهدف استراتجية الاعلام في هذه المرحلة الى تقديم المعلومات المؤثرة في خلق الاحساس بان ثمة تغيرا محتملا في البيئة في المستقبل القريب، كما تهدف الى التأثير في الاهمية النسبيةلبعض جوانب التغيير في البيئة.

2- تحديد البدائل: تهدف استراتجية الاعلام في هذه المرحلة الى تقديم المعلومات عن البدائل المختلفة للتأثير في القرار بشكل مباشر، و التكتيك المستخدم هنا هو تقليص عدد البدائل المتاحة امام صانعي القرار، على أساس ان فرص اختيار البديل المرغوب تقوى مع تقليص البدائل المنافسة ومن ثم فان مصادر المعلومات تلجا الى تقليل عدد البدائل المتاحة امام صانع القرار بمجرد ضمان ان البديل المرغوب تم تقديمه، أما التكتيك الثاني هنا فهو عقد المقارنات بين البدائل المرغوب و البدائل المنافسة بشكل يبرز تفوق البديل المرغوب.

3- اختيار المعلومات: في هذه المرحلة ينهمك صانعوا القرار في مراجعة المعلومات المتاحة لديهم عن البدائل المختلفة و النتائج المتوقعة لكل بديل تهدف استراتجية الاعلام هنا الى الربط بين البديل المرغوب و افضل النتائج المتوقعة من طريق التأثير في حجم و نوع المعلومات الخاصة بهذا البديل و البدائل المنافسة.

[1] تقي الدين التنير، محمد عطوي، **الاعلام الاسرائيلي و مواجهته**، ط1،بيروت،دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1999، 154.

4- تطبيق القرار: تشير هذه المرحلة الى المعلومات التي حظيت بأعلى درجة من الاهمية اثناء عملية الاختيار بين البدائل، و تعمل استراتجية الاعلام في هذه المرحلة في ضوء فهم اسلوب صانع القرار في معالجته المعلومات و طريقة اختياره البديل النهائي، و عندئذ يمكن تقديم المعلومات المتفقة معا في الاتجاه المؤثر في صنع القرار، اما اذا كان اسلوب صنع القرار غير معروف فان استراتجية الاعلام هنا تقترح البديل الانسب و تقدم المعلومات الاكثر ملائمة لهذا البديل، تساعد وسائل الاعلام في تسهيل مهمة تمثيل المعلومات اثناء صنع القرار في مراحله الاربع، و من مزايا وسائل الاعلام هنا قدرتها على التغلغل الى جهاز صنع القرار و تقديم معلومات عن البيئة الخارجية اكثر مما يمكن ان تقدمه اي قناة رسمية اخرى للمعلومات، و ربما تتسم معلومات وسائل الاعلام بموضوعية اعلى من تلك التي تقدمها القنوات المحيطة بصانع القرار[1].

تأثير وسائل الاعلام على النظام السياسي و صنع القرار:

توجد علاقة ارتباطية بين وسائل الاعلام الجماهيري و المؤسسات السياسية اي ان وسائل الاعلام هي الوسيط الناقل بين المؤسسات السياسية و الجمهور المتلقي و يسير الاعلام الجماهيري في اطار النظام السياسي وإن اتخذ عدة اشكال مختلفة، و من المفروض ان تكرر العملية الاتصالية و يأخذ فالاعتبار رد فعل الجمهور المتلقي ومدى فهمه للرسالة، و هناك علاقة بين المضامين الاعلامية من جانب و الذاتية الثقافية من جانب اخر عندما يتم الاعتماد على براج من دول تنتمي الى ثقافات اخرى و تعمل على نشرها في اطار تحقيق اهدافها السياسية و هذا يثير قضية الرقابة على الاعلام التي يقوم بها النظام السياسي، يبين التعرض المنخفض لوسائل الاعلام في النظام السياسي ان الجمهور المتلقي يرى ان الاتصال الخاص بالمؤسسات السياسية القائمة لا يتمشى مع اهتماماته الخاصة، اما اذا زاد التعرض لهذه الوسائل

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، المرجع السابق،ص 182-183.

فان ذلك يعني ان الجمهور المتلقي يرى في ذلك تمشيا مع اهتماماته الخاصة أو انه يرى في سياسات المؤسسات السياسية ما يتمشى مع اهتماماته الخاصة[1].

يتضح تأثير وسائل الاعلام في صنع القرارات ووضع السياسات الحكومية اذ انها اصبحت اهم الوسائل المؤثرة في عالم اليوم ويمكن تفسير الاهمية في المجتمعات المختلفة بعلاقاتها في صنع القرارات في ظل الرقابة و السيطرة الشديدة التي تمارسها الحكومات باختلاف انواعها و بدرجات مختلفة على وسائل الاعلام، ففي المجتمعات الشيوعية و السلطوية لا يرى المواطن او يسمع او يقرأ إلا ما توافق عليه الحكومة فقط، و حتى في المجتمعات الديمقراطية تخضع وسائل الاعلام و على الأخص الوسائل الالكترونية لدرجات من السيطرة، ففي فرنسا لا يوجد الا تلفزيون حكومي و حتى سنوات قليلة لم يكن في بريطانيا سوى التلفزيون الحكومي الخاضع للرقابة و في الولايات المتحدة لا يتمتع التلفزيون بحرية مطلقة فلجنة الاتصالات الفدرالية يمكنها رفض رخص محطات التلفزيون، ومن حيث الواقع تخضع محطات التلفزيون و الصحف للرقابة فالمسؤولون عن وسائل الاعلام يعملون في لجان استشارية لتنظيم الرقابة على وسائل الاعلام، ومن الامثلة على دور وسائل الاعلام في صنع القرارات في المجتمعات النامية مساندة حركات التحرر و حركات الحقوق المدنية للأقليات اذ تضفي وسائل الاعلام شرعية على هذه القضايا و تستثير البرامج و القرارات الحكومية لصالح هذه الطبقات.

يعتبر الإعلام حلقة الوصل بين صانع القرار والجمهور، وهو يتأثر ويؤثر في النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتعاني وسائل الإعلام في عالمنا الحديث من مشكلة التبعية للسلطة الحاكمة، من خلال الرقابة الشديدة التي تمارسها الأنظمة، إذ تشكل وسائل الإعلام الرأي العام من خلال سلسلة من التأثيرات، تمارسها على أفراد المجتمع، تنتهي بحشد رضاهم واتفاقهم على نقاط محددة حول قضايا معينة.

[1] محمد علي العويني، **دراسات في الاعلام الحديث**، ط1، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1986، 26-27.

يؤثر الإعلام على عملية صنع القرار عبر أربعة مراحل: تحديد المشكلة، تحديد البدائل، اختيار المعلومات، تطبيق القرار، بحيث تعمل استراتيجية الإعلام على تقديم المعلومات المتناسقة في الاتجاه المؤثر في صنع القرار، أما العلاقة بين الرأي العام وصنع القرار السياسي فهي علاقة متبادلة، حيث يؤثر كلاهما في الآخر.

من العوامل المؤثرة في عملية صنع القرار السياسي نجد شخصية صانع القرار، التركيبة الاجتماعية والسياسية للمجتمع، المنظومة الأمنية، الرأي العام، وأخيرا الإعلام الذي يشير إلى عمليتين، الأولى هي استخراج المعلومات والحصول عليها، وتعني الكيفية التي تصاغ بها هذه المعلومات وتبث للجمهور المستهدف، والثانية إلى أي مدى تكون هذه المعلومات موضوعية. تقوم وسائل الإعلام بهاتين العمليتين، لذا فإنها تساهم في صناعة القرار، من خلال توفيرها المعلومات التي يحتاجها صناع القرار، كما تساهم في قبول أو رفض القرارات من طرف الرأي العام، إضافة إلى تعزيز الحوار بين الثقافات من خلال تبسيط الحوار بينهما، وتنمي الشعوب وتحفزها على التعاون والاتحاد.

إن دراسة تأثير وسائل الإعلام على صناعة القرار السياسي يقودنا في البداية إلى الاطلاع على دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، ثم تحديد الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام لصناع القرار، ومن هذا المنطلق تتشكل الإشكالية حول مدى مساهمة وتحكم وسائل الإعلام في صناعة القرار السياسي[1].

المبحث الثالث: دور وسائل الاعلام في المشاركة السياسية

يمكن لوسائل الاعلام أن تلعب دور كبير في عملية الاصلاح السياسي من خلال تعزيز المشاركة السياسية، لبتي تعتمد على التواصل مع الجماهيروهي تشكل أحد المداخل الأساسية

[1] صبار محمد، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، 1جانفي2023،تم الاطلاع بتاريخ 21-03-2024، https://subulmagazine.com().

لدراسة طبيعة العلاقة الموجودة بين الفرد والحكومة ويظهر جليا في تفعيل المشاركة السياسية ودعمها.

المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية

يعتبر الكثير من الكتاب أن قيام الثورة الفرنسية 1789م و ما نتج عنها يعتبر العامل الرئيسي لظهور مفهوم المشاركة السياسية لأول مرة، وعلى الرغم من قدم المفهوم زمانيا إلا أنه مازال يكتنفه بعض الغموض من حيث ماهيته و استخداماته، فإذا تتبعنا لما جاء به المفكرون و العلماء من تعريفات للمشاركة السياسية نجد أن هناك نوعا من التباين و الاختلاف في وجهات النظر حول هذا المفهوم راجع الى تأثر كل منهم بالثقافة السائدة في مجتمعاتهم أو الى الطرح الايديولوجي المدافعين عنه[1].

- تعريف المشاركة السياسية:

توجد ثمة تعريفات عديدة للمشاركة السياسية تتباين معظمها بحسب الزاوية التي يركز من خلالها على الاهتمام بصورة أو أخرى من صور المشاركة[2].

عرفها **صامويل هنتنجتون** بأنها "أنشطة الأفراد الهادفة الى التأثير على صنع القرار الحكومي، و هي إما فردية أو جماعية، منظمة أو عفوية، موسمية أو مستمرة، سلمية أو عنيفة، فعالة أو غير فعالة، شرعية أو غير شرعية"[3].

عرف **ميرون فينز** المشاركة السياسية بأنها " أي فعل تطوعي موفق أو فاشل، منظم أو غير منظم، مؤقت أو مستمر، مشروع أو غير مشروع، يبغي التأثير في: اختيار السياسات العامة أو القومية[4].

---

[1] مصعب جعفورة ، **العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية لدى الشباب**، أطروحة دكتورة تخصص علم الاجتماع و دراسات ديموغرافية، قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا، جامعة عمار ثليجي، الأغواط،2017-2018.

[2] داود الباز، **حق المشاركة في الحياة السياسية**، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006، ص16.

[3] ثروت مكي، **الاعلام و السياسة(وسائل الاتصال الجماهيري و المشاركة السياسية)**، القاهرة: عالم الكتب،2005،ص 65.

[4] اسماعيل علي سعد، السيد عبد الحليم الزيات، **في المجتمع و السياسة**، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2003، ص 449.

يعرفها **إبراهيم أبراش** في كتابه علم الاجتماع السياسي بأنها " اتاحة الفرصة للمواطن بأن يلعب دو رورا في الحياة السياسية عن طريق إسهاماته في استصدار القرا ات[1].

هي العملية التي يؤدي من خلالها الفرد دورا في الحياة السياسية لمجتمعه،و تكون لديه الفرصة بأن يسهم في وضع الأهداف العامة لذلك المجتمع،وتحديد أفضل الوسائل لانجازها،و ذلك من خلال نشاطات سياسية مباشرة،كأن يقوم بترشيح نفسه للانتخابات،أو مناقشة القضايا العامة،أو الاشتراك في الحملات السياسية،أو من خلال نشاطات سياسية مباشرة مثل:أن يقتصر الفرد على مجرد قراءة الصحف السياسية و المعرفية ليقف على المسائل العامة،أو الانتساب عضوا في بعض الهيئات التطوعية[2].

مبادئ المشاركة السياسية:

حدد الدكتور **محمد السويدي** مبادئ تقوم عليها المشاركة السياسية و هي: –

لا تعني المشاركة مشاركة أفقية فقط، أي بين أناس من طبيعة واحدة، وإنما مشاركة أفقية و رأسية بين مختلف المستويات و الهيئات.

– اتخاذ القرار من أجل التخطيط و أولوياته لا يجب أن تقوم به مجموعة فقط تعتبر نفسها صفوة مميزة في المجتمع، وهي الجديرة و الأحق بتحديد الأولويات و اتخاذ القرارات، وإنما لابد من أن تكون المشاركة واسعة النطاق، بحيث تمس القاعدة العريضة من المواطنين، وليس مشاركة الصفوة فقط.

– يجب أن يعكس التخطيط احتياجات الناس بصفة عامة، والشريحة العريضة بصفة خاصة كما أن خطط التنمية يجب أن تشارك في وضعها و مناقشتها مختلف الشرائح من المواطنين.

– يجب أان تتضمن عملية المشاركة عملية الضبط و الرقابة و المشاركة في اتخاذ القرار بجانب تبادل الآراء بين القاعدة و القمة و العكس.

---

[1] سعد جمعة، **الشباب و المشاركة السياسية**، القاهرة: دار الثقافة للنشر و التوزيع، 1984، ص 34.

[2] السيد سلامة الخميسي،**التربية السياسية لشباب الجامعات من 1952–1970**، رسالة ماجستير، كلية التربية جامعة الاسكندرية،1981، ص38.

- **خصائص المشاركة السياسية:**

حسب الدكتور سعد جمعة فإنه يجب أن يتوافر للمشاركة ثلاث خصائص رئيسة هي: **الفعل:** وهي الحركة النشطة للجماهير في اتجاه تحقيق هدف أو مجموعة أهداف معينة. **التطوع:** بأن تقدم جهود المواطنين طواعية، و باختيارهم تحت شعورهم القوي بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا العامة لمجتمعهم، وليس تحت تأثير أي إجبار مادي أو معنوي. **الاختيار:** بإعطاء الحق للمشاركين بالاختيار بين تقديم المساندة للعمل السياسي و القادة السياسيين، أو الإحجام عن هذه المساندة، وذلك في حالة تعارض العمل السياسي مع مصالحهم الحقيقية و أهدافهم المشروعة[1].

- **مراحل المشاركة السياسية:**

أ- الاهتمام السياسي: أي الاهتمام بالقضايا العامة على فترات مختلفة، بالاضافة إلى متابعة الأحداث السياسية حيث يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في المنافسات السياسية مع أفراد عائلتهم أو بين زملائهم في العمل خاصة في وقت حملات الانتخاب[2].

ب-المعرفة السياسية: أي المعرفة بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي مثل أعضاء المجلس المحلي و أعضاء المجلس الشعبي و الشخصيات القومية كالوزراء.

ج- **المشاركة الانتخابية:** هو المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم و المساندة المادية خلال تمويل الحملات و مساعدة المرشحين أو المشاركة بالتصويت.

د- المطالب السياسية: تتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية و تقديم الشكاوي و الالتزامات و الاشتراك في الأحزاب و الجمعيات التطوعية.

---

[1] عبد العزيز ابراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة، السياسة **بين النمذجة و المحاكاة**، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص183-184.

[2] عبد النور ناجي، **المدخل الى علم السياسة**، الجزائر: دار العلوم للنشر و التوزيع، 2007، ص124.

- أنماط و أشكال المشاركة السياسية :

لقد اجتهد العديد من الباحثين و المفكرين في تحديد أشكال المشاركة السياسية حسب واقعهم لكن تجمع معظم الدراسات على انها تنقسم الى قسمين:

المشاركة السياسية التقليدية: تمثل سلوك سياسي يستخدم القنوات الشرعية للحكومة الممثلة ذات الصيغة القانونية، و مثال ذلك الانتخابات. .

المشاركة السياسية غير تقليدية: هي السلوك غير السائد و الذي يتحدى أو يهدد القنوات الحكومية الشرعية، يعتبر بعضها قانوني في بعض الدول و غير قانوني في دول اخرى.و يتصدر هذه الأنشطة التظاهر و الاعتصام و احتلال الاماكن العمومية، الاضراب و غير ذلك من السلوكيات السلبية[1].

مستويات المشاركة السياسية:

اقترح سعد اسماعيل نموذجا يعتقد أنه أكثر واقعية في المشاركة السياسية و هو كالتال المستوى الأول: الذين لديهم الحق في صنع القرار السياسي و هو ما نسميه بالمشاركة الرسمية. المستوى الثاني: نجد البيروقراطيون الكبارمثل النواب، زعماء الأحزاب وهؤلاء المشاركة السياسية غير الرسمية.

المستوى الثالث: الأعضاء الناشطون إما داخل التنظيمات السياسية، أو المثقفون الذين يشاركون في المؤتمرات و لكن لا يؤثرون مباشرة في السياسة.

المستوى الرابع: المصوتون الذين يدلون بأصواتهم في الانتخابات أو الاستفتاءات . المستوى الخامس: اللامبالون منصرفون عن الساحة السياسية تماما و يرجع ذلك لأسباب عدة اجتماعية، اقتصاديةو سياسية[2].

دوافع المشاركة السياسية:

[1] سامية خضر صالح، **المشاركة السياسية و الديموقراطية**، عين شمس: كتب عربية للنشر الالكتروني، 2005، 30ص-31.

[2] علي سعد إبراهيم، **الشباب و المشاركة السياسية**، القاهرة: دار النشر و التوزيع، 1984، ص 177-178.

يرى الدكتور "ابراهيم أبراش" أن هناك أسباب تدفع للمشاركة السياسية وهي:

- الدوافع النفسية يسعى المشارك سياسيا لإثبات وجوده.
- المشاركة كتعبير عن وعي سياسي .
- المشاركة السياسية كأداة للتعبير عن المطالب.
- المشاركة السياسية بدوافع دينية أو عرقية.
- المشاركة السياسية خوفا من السلطة.
- المشاركة السياسية طلبا لمنصب أو لموقع وظيفي أفضل.
- المشاركة السياسية كسياسة دفاعية ضد خطر متوقع.
- المشاركة السياسية كمظهر من مظاهر التضامن العائلي أو القبلي[1].

مما سبق يتضح لنا أن المشاركة السياسية هي مجموعة الأنشطة التي يمارسها المواطنون و التي تستهدف بصورة أو بأخرى التأثير على عملية اختيار رجال الحكم، أو التأثير في الأفعال و السياسات التي يقومون بها، أو حتى الانخراط في العملية السياسية من خلال الترشح و تولي المناصب السياسية.

المطلب الثاني: الانخراط في العملية السياسية والمشاركة في الانتخابات:

لقد اصبح الاعلام من اهم مميزات الانخراط في العملية السياسية، واضحت وسائل الاعلام واحدة من اقوى الوسائل التي تساعد في تشكيل المجتمع والتأثير في قرارات افراده، وعليه لا يمكن الحديث عن الاعلام بعيدا عن حركة المجتمع وأفراده، والاعلام عملية اتصال بين طرفين ايا كانت وسائله ووظائفه فهو تأثير وتأثر يحدثان تفاعلا من خلال تبادل الرأي والمعلومات والافكار في الوسط الانساني، وحتى تأخذ مداها لابد من اشراك الجمهور فيها، هذا الأخير الذي يعتبر الهدف الرئيسي الذي يسعى اليه المرشحون في الانتخابات كي يقوموا بجذب انتباهه وجعله يصوت لصالحه وذلك بالاغتماد على وسائل الاعلام بمختلف انواعها السمعية و

[1] نعوم تشومسكي، ترجمة: أميمة عبد اللطيف، **السيطرة على الإعلام**، ، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2003، ص7.

البصرية والمكتوبة، مع الاعتماد على التكنولوجيات الجديدة في الاعلام والاتصالات كمواقع الاتصال الاجتماعي وتقنيات المحادثة الالكترونية، البريد الالكتروني، التراسل النصي...الى غير ذلك من التقنيات التي تمكن من جهة الرجل السياسي من الاتصال بجمهوره العريض، ومن جهة أخرى تمكن هذا الاخير من التعبير عن أرائه ووجهات نظره اتجاه رجال السياسة بكل حرية، الى جانب اهمية الاعلام كوسيلة فاعلة في اقناع الجمهور وحملهم على اعتناق سياسات الدولة وكسب تأييد الرأي العام تجاهه، فقد ربط تطور الوعي القومي والسياسي بأفراد المجتمع الذين يكونون الرأي العام، وهذا الرأي لا يحقق أهدافه الا اذا كان حرا وكانت وسائل الاعلام حرة ايضا، وعندما يتحقق ذلك يمكن للسلطة ان تتعرف على اتجاهات المجتمع ووجهات نظره حول مختلف القضايا والاشكاليات التي تواجهه من خلال وسائل الاعلام الحرة، التي تقوم بدور محوري في تنوير جمهورها وتوجيهه واقامة جسور التخاطب وتبادل المعلومات بين السياسين والجمهور ما أجل ايجاد الحلول ورفع مستوى أداء أجهزة السلطة وأفراد المجتمع على جميع الأصعدة.

أصبحت وسائل الاعلام و تقنيات الاتصال جزءا لا يتجزأ من النشاطات اليومية للأفراد والشعوب، فهي تستخدم لنقل المعلومات والبيانات على اختلاف أشكالها، واصبح يستعان بها في المجال السياسي خاصة اثناء الانتخابات والتي تساهم بطريقة وأخرى في نشر الوعي السياسي لدى الجمهور المتلقي، لأن هذه الوسائل مكنت المواطن من التعبير عن أفكاره ومشاغله واحتياجاته وإيصالها للسلطات السياسية سواء كانت داخلية أو دولية، اذ مكنت مثلا بعض تقنيات الاتصال من إبداء المواطن لرأيه في مختلف القضايا السياسية والمشاكل الاجتماعية التي يعيشها والواقع الحقيقي لأوضاعهم، وهو ما جعل هذه التقنيات تبدو له المنقذ والسبيل الوحيد للتنفيس والترويح والتعبير، كما أصبح يستعين بما يحلو له من وسائل اتصال لممارسة حقه في السياسة ونقل الحقائق.

في هذا المجال يرى بعض الباحثين ان التوسع في القدرة على الاتصال يمكن أن يقود الى تنشئة سياسية، بل وتكييف سياسي أكثر وأساس هذا التوقع هو أن المواطنين سوف يكونون

أكثر نشاطا في التعبير عن آرائهم و اتاحة فرص جديدة لهم لتوصيل رغباتهم وآرائهم التي توضح توجهاتهم السياسية بشفافية مهما كانت مرارتها.

ان الاعلام بمختلف وسائله يلعب دورا فعالا في عملية التنمية السياسية، كما أنه يزيد من قدرة النظام السياسي من حيث تسيير الشؤون العامة وضبط النزاعات وتلبية المطالب والزيادة في التوجه نحو المساواة من خلال المشاركة السياسية والانتقال من ثقافة الخضوع الى ثقافة المشاركة، سواء من خلال طرق ديمقراطية(الاقتراع العام) أو من خلال مساحات التعبئة السياسية .

ان دور الاعلام في المجال السياسي أو بالأحرى في العملية الانتخابية مربوط أو مقيد بمبدأين في قانون حقوق الانسان، أولا مبدأ الانتخاب الحر والمشاركة السياسية، المبدأ الثاني حرية الرأي والتعبير، وهذا يعني ضمان الحرية والتعددية الاعلامية، والتي تعني حماية الاعلام من تدخل السلطة وكافة الحق في اصدار وتملك وادارة المؤسسات الاعلامية المرئية والمسوعة والمقروءة، كما أن الدور الذي يقوم به الاعلام أثناء الانتخابات يتوقف على نوعية التغطية الاعلامية ونوع الوسيلة الاعلامية التي تقوم ببث ذلك للجمهور المتلقي، وكذا على طبيعة العلاقة بين النظام الاجتماعي والنظام السياسي في اي بلد كان.

ان الاعلام صناعة وللصناعة مقومات وأسس تبدأ بالاعداد الثقافي والتقني العالي والفني واستقطاب المبدعين وانفتاح على الواقع بأفكار جديدة وبناءة تساهم في بناء الوطن متطلبا في الوقت نفسه لغة اعلامية متنوعة الأساليب تستطيع أن تجذب عقول الأفراد في أي مجتمع كان، ولهذا يعتمد العديد من المترشحين في الانتخابات على وسائل الاعلام انشر أفكار حزبه وعرض نقاط برنامجه، هذه الوسائل التي تهيمن على عقلية أفراد المجتمع وثقافته ومن ثم التأثير على قراراته اتجاه ما تطرحه هذه الوسائل من حقائق ومعلومات[1].

المطلب الثالث: تأثير التغطية الاعلامية على صانعي السياسة وتأطير القيادة السياسية

[1] قاسيمي آمال، **دور وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الجديدة في التنمية السياسية تغيير للأنساق القيمية وتشكيل للثقافة السياسية**، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، المجلد الثاني، العدد السادس، مارس2018.

قام مجموعة من الباحثين (لوماكس وآخرون) بدراسة دور وسائل الاعلام في وضع أولويات اهتمامات صانعي السياسة وجماعات الضغط والزعماء والجمهور، وكذلك تأثير وسائل الاعلام في صنع السياسة، حيث قامت الدراسة على فكرة أن هناك علاقة سببية بين تتابع زمني معين للأحداث، ففي البداية تتناول وسائل الاعلام احداثا معينة بالتركيز ويتبع ذلك ان هذه التغطية تؤثر في رؤية وادراك المتلقي للأهمية النسبية للقضايا، والافتراض الذي سعت الدراسة الى اختباره هو ان التغير في اولويات القضايا التي سوف يؤثر في صناعة السياسة واتخاذ القرارات واهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج هو:

1- أثرت التغطية الاعلامية في ادراك الجمهور العام اهمية القضية بحيث اصبحت في مرتبة عالية في اولويات اهتمامه، الامر الذي يتفق مع الغرض العام لنظرية وضع الأجندة.

2- فيما يتعلق بتأثير التغطية الاعلامية على صانعي السياسة فقد اعتمدت الدراسة على خمسة أبعاد هي:

أ- مدى تأثير التغطية الاعلامية على ادراك صانعي السياسة لاهمية القضية وكانت النتيجة ان هناك تأثيرا قويا للتغطية الاعلامية في ادراك صانعي السياسة أهمية القضية، وذلك على المستوى الحكومي واذا كانت هذا التأثير لم يوجد لدى الصفوة في الأحزاب والجماعات الضاغطة.

ب- مدى تأثير التغطية الاعلامية في ادراك صانعي القرارات لحجم التأثيرات الواقعة على الجمهور بشأن القضية، وكانت النتيجة ان صانعي القرارات يرون أن ثمة تأثيرا كبير للتغطية الاعلامية بشأن القضية المطروحة على الجماهير وان كان هذا التأثير لم يوجد لدى الصفوة في الأحزاب والجماعات الضاغطة.

ج- مدى تأثير التغطية الاعلامية في اعتقاد صانعي القرار بضرورة اتخاذ قرار لمواجهة[1]

[1] منذر صالح جاسم الزبيدي، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، ط1، عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2013، ص 187.

القضية، وكانت النتيجة ان هناك شعورا لدى صانعي القرار بأهمية تصحيح الاوضاع المتعلقة بالقضية المثاره عن طريق اتخاذ قرار علاجي.

د- مدى وجود علاقة بين الاعتقاد في مصداقية التغطية الاعلامية ودرجة التأثر بها وكانت النتيجة ان الارتباط قوي وايجابي بين درجة الثقة في مصداقية التغطية الاعلامية ودرجة التأثر بها.

هـ- مدى وجود تشابه بين وجهة نظر الجمهور وصانعي القرار في ما يتعلق بالأهمية النسبية للقضية موضع التغطية، وكانت النتيجة أن هناك تعميما في رؤية الجمهور العام للقضية باعتبارها مشكلة خطيرة في الوقت الذي بدت فيه الاختلافات بينه وبين رؤية صانعي القرار الجوانب المختلفة للقضية، فلم يؤثر التغطية الاعلامية في صانعي القرار بشكل واحد كما حدث بالنسبة للجمهور العام، كما ان التأثير الواقع على صانعي القرارات في الحكومة كان أكبر في حالة الصفوة منه في الأحزاب والجماعات الضاغطة.

ان دور وسائل الاعلام في استثارة وترشيح وبناء المدخلات يرتبط بالقرار الديمقراطي حيث تمارس دورا مزدوجا فهي تنقل مواقف الحاكم الى المحكوم، والممحكوم الى الحاكم، أي أنها تدعم حكم الشعب او بعبارة ادق حكم الأغلبية، وهكذا تساهم وسائل الاعلام بدور في صنع القرارات، فمحتوى وسائل الاعلام يعد مصدرا من مصادر المعلومات التي تساهم في تقديم البدائل المتعلقة بالقرارات ذاتها، كما يمكن وسائل الاعلام ان تنقل مواقف الجماهير الى صانعي القرارات الامر الذي يساعد على تزايد التفاعل بين صانعي القرارات والجماهير.

ان الثورة الالكترونية والتطور الحديث في مجال الاعلام قد مد أثره على العملية السياسية والى مستوى صنع القرار فمثلا نلاحظ ان ساكنوا البيت الأبيض ينامون على قنوات التلفزيون[1]

[1] نفس المرجع، ص188-189.

ويصبحون عليها ولم يعد خفيا ظان صور القناة الاخبارية **CNN** مثلا اصبحت اكثر نفوذا على قرار الرئيس الامريكي من مذكرات وزراء خارجيته ومستشاريه كما ان استطلاعات الرأي العام التي تجريها الصحف والمراكز المتخصصة الاخرى اصبحت هي التي تقود القرار السياسي واحيانا تفرضه، فيما اصبح الاعلام باللغة الانجليزية والصادر من واشنطن او نيويورك قد ملك لنفسه نفوذا كاسحا لدرجة ان سبعا او ثماني قنوات تلفزيونية وصحف تقدر الان على تحديد جدول اولويات الاهتمامات العالمية بغير منازع او شريك تقريبا.

ان وسائل الاعلام تؤدي خمس وظائف رئيسية للمسؤولين السياسين ورجال الحكومة وهي:

1- تمد الرؤساء والمسؤولين الحكوميين بالمعلومات حول الأحداث الجارية والبيئة السياسية من حولهم وهي بذلك تكون أسرع القنوات الاخرى في ايصالها.

2 - تعكس اهتمامات الراي العام من خلال نشرها القصص الخبرية التي تشكل اساس النقاش الجماهيري العام، كما انها تعطي الانطباع بكونها المدافع عن مصالح الراي العام.

3- توفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم الى الجمهور ولشرح سياساتهم.

4-صناعة القرارات السياسية، فكثير من السياسين والمسؤولين يعتمدون عليها في تفسير وتحليل الأحداث الدولية.

5-توجه نظر الرأي العام نحو القضايا والاحداث التي ترى وهي كذلك الحكومة ضرورة توجيه الانتباه لها دون غيرها.

وتتسم العلاقة بين الاعلاميين والسياسيين بثلاث سمات أساسية وهي:

1-ان العلاقة بين الاعلاميين والسياسيين تتسم بكونها ذات طبيعة اشكالية وغير ثابته ومشكوك فيها لأنها لم تقنن رسميا[1].

[1] نفس المرجع، ص190.

2-تتسم هذه العلاقة بانها بالغة الاهمية لانها تستاثر بالجانب الاكبر من اهتمام وطاقة وتفكير الاعلاميين، وعلى الرغم من تنوع العلاقات التي يتمتع بها الاعلاميون في العديد من الجماعات المرجعية، فان علاقاتهم بمصادرهم السياسية تحضى بالاهتمام الاكبر ويرجع هذا الى ان الاخبار لا ترتبط فقط بالاطار المؤسسي او بالمعايير المهنية قدر ارتباطها بافعال وردود افعال واحاديث النحبة الذين يمثلون مصادر وموضوعات العديد من القصص الاخبارية السياسية.

أما السبب الاخر الذي يكمن خلف أهمية العلاقة بين الطرفين فيرجع الى التفسيرات المتباينة عن توازن القوى بين وسائل الاتصال ومصادرها، وعلى الرغم من استقلالية وحياد وسائل الاعلام من الناحية الرسمية الا انها تابعة للمؤسسات التي تمسك زمام القوة في المجتمع، وهي لذلك تعكس وتقدم البناء الاجتماعي السائد كما هو، وفي المقابل هناك نظريات اخرى ترى ان وسائل الاعلام مصدر للقوة في ذاتها، ولذا فهي تحدد ثقافة المجتمع وحقائقه.

3-اما السمة الثالثة لهذه العلاقة فهي انه من الصعب خضوعها للدراسة والتحليل ترجع هذه الصعوبة الى ان العناصر المكونة لهذه العلاقة ليس من السهل فصل بعضها عن البعض واخضاعها للدراسة.

ويمكن ان تتضح العلاقة بين الاعلاميين والسياسيين في ضوء رؤية الاعلاميين والسياسيين لوظائفهم وهي:

الوظيفة الأولى: من وجهة نظر الاعلاميين انفسهم هي جمع وتقديم الاخبار بطريقة موضوعية.

الوظيفة الثانية: هي تفسير الاخبار حتى يتمكن القارئ او المشاهد او المستمع من فهم اعمال الحكومة.

الوظيفة الثالثة: يرى الاعلاميون كاهم ما يقومون به في العالم الديمقراطي تمثيل وجهة نظر

الراي العام في مواجهة الحكومة.

الوظيفة الرابعة: تخدم الطرفين الحكومة والراي العام، فهي تشكل الراي العام من خلال تقديم القضايا التي تهمه وتقوم باعلام الحكومة عن اتجاهات الراي العام، وقد اطلق احد الصحفيين على هذه الوظيفة العنصر الفعال في العملية الديمقراطية.

الوظيفة الخامسة: من وجهة نظر الاعلاميين هي المشاركة في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة، فالاعلام يؤثر بشكل كبير في صنع القرارات من خلال الاسلوب الذي يتم به عرض الحقائق ومن خلال الناظرين والخصوم الذين تختارهم وسائل الاعلام للاستشهاد بهم كما ان مشاركتهم تتضح في ضوء تاثيرهم في ادراك المسؤولين اهمية دورهم وتاثيرهم في الراي العام[1].

[1] نفص المرجع، 190-1991-192.

خلاصة الفصل الثالث:

ان وسائل الاعلام تقوم بدور فعال في صياغة الرظاي العام وتشكيلة ازاء كل القضايا التنموية المطروحة خاصة منها السياسية، وذلك لاعتبار أنها المصادر الرئيسية التي يستسقي الفرد منها معلوماته السياسية، كما تساعد في عملية التنشئة السياسية، فهي تعمل على تغيير الاتجاه و المعتقد وتشارك في تكوين القيم السياسية من خلال العمل كقنوات توصيل بين النخبة والجماهير وبالعكس مما يؤدي الى تأكيد قيم الثقافة السياسية السائدة ودفع الجماهير للاهتمام بالسياسة واشراكها في عملية اتخاذ القرارات، وهكذا تعمل قنوات الاعلام من خلال مزاياها في ارتباط وثيق مع التنمية السياسية على دفع الأفراد نحو المشاركة السياسية وتوسيع نطاقها وتعميقها ومساعدة الجمهور على فهم المؤسسات الجديدة وخلق اتفاق عام حول القيم الأساسية في المجتمع، وتساعد وسائل الاعلام على تكوين الرأي العام من خلال تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات والحقائق، ومن خلال استعمالها كقنوات للتعبير السياسي ونشر أفكار وأراء النخبة الحاكمة والتأثير على الجمهور وكقنوات لطرح الحلول التوفيقية، كما تلعب دورا سياسيا وتأسيسيا في المجتمع علاوة على تزويد الأفراد والجماعات بالمعلومات والحقائق فهي تأثر في خيارات النخبة والفاعلين السياسين لتعزيز المساندة الضرورية لقراراتهم والتعرض لمعالجة الموضوعات الهامة ولذا تعطى الدول اهتماما كبيرا لتحديد الهيئات المسؤولة عن وسائل الاعلام.

الخاتمة

الخاتمة:

في الختام نقول ان الإعلام احد الأدوات الفاعلة والأكثر تأثيرا في عملية التنمية بعناها الشامل، وفي ضوء ذلك سعت هذه الدراسة الى محاولة الوقوف على دور وسائل الاعلام وتأثيرها في التنمية السياسية للأفراد والمجتمعات سواء في النظم الديمقراطية او غير الديمقراطية.

تعتبر وسائل الاتصال الجماهيرية مرآة تعكس توجهات وأفكار القائمين عليها، كما أنها تؤثر على الرأي العام توجهاته خاصة في ظل الأزمات والصراعات سواء بين الأنظمة والمرجعيات القائمة في أي مجتمع، أو بين الأنظمة وقوى خارجية أخر، وللاعلام أهمية كبيرة في المجتمعات يظهر ذلك من خلال الأهداف التي تسعى الى تحقيقها، سواء خلق الوعي الشامل حول القضايا السياسية والاجتماعية الخلافية المطروحة والتركيز على الأهداف السياسية وابراز القضايا الموجودة داخل المجتمعات.

وعليه يتوجب التذكير بأن التنمية هي عملية شاملة ومتكاملة يجب أن تتجند لها كافة القطاعات ومختلف الهيئات والمؤسسات، من خلال الأداء الفعال لأدوارها ووظائفها في انسجام وتناغم، وكذلك من أجل تجنيد واشراك كل فئات المجتمع تحقيقا للمصلحة العامة، وعلى وسائل الاعلام من جهتها الحرص على ان تكون جهودها مخطط لها وتهدف الى خلق مواقف واتجاهات ايجابية ومناسبة للتنمية،بجيث تهيئ الظروف الاجتماعية و الثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبو للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال ووفق هذا التصور فان الاعلام التنموي يعمل على توفير المعرفة والوعي حيث يشكلان الاتجاهات التي تنعكس على سلوك الأفراد ومواقفهم بشكل ينسجم مع أهداف وأولويات التنمية.

ان تطور المجتمعات قد انعكس على أداء وسائل اعلامها حتى نقلها هذا التطور الى نوع من التخصص فنجد هناك فضائيات مخصصة للسياسة، فالاعلام مهما اختلفت الأحاديث عنه

يبقى عاملا مهما في التنمية السياسية وأن هذه الأخيرة لا تستطيع السير قدما دون الاعتماد عليها أو حتى الاستعانة بها.

واخيرا نقول ان حرية الاعلام واستقلاليته تبق الأساس لكل مجتمع ديمقراطي متطور، وان الاعلام والتنمية يتماشيان في التطور ولا يمكن أن نتصور أحد دون الأخر وان مختلف وسائل الاعلام واقنيات الاتصال الجديدة تلعب دورا هاما في التنمية السياسية، وتساهم في تغيير الأنساق القيمية السائدة في المجتمع.

خلاصة واستنتاجات:

مما سبق نستخلص جملة من النتائج يمكن إبرازها كالتالي:

– تؤسس منظومة الاعلام المحترم بكل مكوناتها مرتكزات أساسا لبناء وتكريس التنمية السياسية بشكل أكثر وضوحات، وذلك من خلال تكريس المشاركة السياسية ودعم الديمقراطية وكذا حماية حقوق الانسان وثقافة الاختلاف بدل الخلاف.

– ان الربط بين الاعلام والتنمية السياسية يتطلب تعمقا اكثر لان في أرض الواقع يواجه عقبات وتحديات تظل حائلا بين الاعلام ومختلف مؤسساته وفاعليته وبين تكريس التنمية السياسية.

– تظل النظم السياسية وتوجهاتها الفكرية وبيئتها المؤسساتية عاملا أساسيا في تفعيل أو الحد من قوة تأثير الاعلام على التنمية السياسية وكذلك من خلال أنماط تفاعل وكذا الآليات التي يرتكز عليها الإعلام ومؤسساته في بلورة التنمية السياسية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب:

1) ابراهيم إمام، **الإعلام والإتصال الجماهيري**، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1969.
2) ابراهيم ياسين و آخرون، **أثر وسائل الاعلام على الطفل**، عمان:مكتبة دار الثقافة، دس.
3) احمد سليمان ابو زيد، **علم الاجتماع السياسي"الأسس والقضايا من منظور نقدي"**، مصر: دار المعرفة الجامعية،2006.
4) اسماعيل علي سعد، السيد عبد الحليم الزيات، **في المجتمع و السياسة**، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2003.
5) تقي الدين التنير، محمد عطوي، **الاعلام الاسرائيلي و مواجهته**، ط1،بيروت، 1999.
34- ثروت مكي، الاعلام و السياسة، وسائل **الاتصال الجماهيري و المشاركة السياسية**، القاهرة: عالم الكتب،2005.
6) حامد ربيع، **من يحكم تل أبيب**، بيروت: المؤسسة العامة للدراسات و النشر، 1975.
7) حميدة سميسم ،**نظرية الرأي العام** ، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1992.
8) خالد غسان يوسف مقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، ط1، عمان: دار النفائس، 2013.
9) داود الباز، **حق المشاركة في الحياة السياسية**، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006.
10) سامية خضر صالح، **المشاركة السياسية و الديموقراطية**، عين شمس: كتب عربية للنشر الالكتروني، 2005.
11) ستيفن اينز لابير ، ترجمة شحدة فارع، **لعبة وسائل الاعلام السياسية الامريكية في عصر التلفزيون**، ط1، عمان: دار البشير، 1999.

12) سعد جمعة، **الشباب و المشاركة السياسية**، القاهرة: دار الثقافة للنشر و التوزيع، 1984.

13) سمير خطاب، **التنشئة السياسية و القيم**، ط1،القاهرة: ايتراك للنشر و التوزيع، 2004.

14) سمير محمد الحسي، **الاعلام و الاتصال بالجماهيري والرأي العام**، القاهرة: عالم الكتاب، 1984.

15) سيد عويس وآخرون، **معجم العلوم الاجتماعية**،مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975.

16) صفوت العالم، **دور وسائل الإعلام في الإصلاح السياسي بعد الانتخابات الرئاسية والبرلمانية 2005**، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2005.

17) عبد الحليم موسى يعقوب، **الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية**، ط1، الأردن: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

18) عبد الرحمان مشاقبة، **نظريات الإعلام**، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011

19) عبد الرزاق محمد الدليمي ،**مدخل الى وسائل الاعلام الجديد**، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع،2012.

20) عبد العزيز ابراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة، **السياسة بين النمذجة و المحاكاة**، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2004.

21) عبد الغفار رشاد القصبي، **الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي**، القاهرة: مكتبة الآداب، 2007.

22) عبد النور ناجي، **المدخل الى علم السياسة**، الجزائر: دار العلوم للنشر و التوزيع، 2007.

23) عبد الوهاب الكيالي، **موسوعة السياسة**، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1990

24) علي سعد إبراهيم، **الشباب و المشاركة السياسية**، القاهرة: دار النشر و التوزيع، 1984.

25) عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث**، ط1، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1984.

26) غي هرمية، فيليب برو وآخرون، ترجمة هيثم اللمع، معجم **علم السياسة و المؤسسات السياسية**، ط1، لبنان: المؤسسة الجامعية للنشر، 2005.

27) كمال محمود المنوفي، **الثقافة السياسية للفلاحين المصريين**، رسالة الدكتوراه في العلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1978.

28) محمد الجوهري وآخرون، **علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال**، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1992.

29) محمد جودت ناصر، **الدعاية والاعلان والعلاقات العامة**، ط1، عمان : دار مجدلاوي، 1998.

30) محمد شومان، **اشكاليات قياس الرأي العام**، القاهرة:دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 1999.

31) محمد علي العويني، **دراسات في الاعلام الحديث**، ط1، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1986.

32) محمد نصر مهنا، **مدخل الى الاعلام وتكنلوجيا الاتصال في عالم متغير** ، الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2005.

33) منذر صالح جاسم الزبيدي، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، ،ط1، عمان: دار مكتبة الحامد للنشر و التوزيع، 2013.

34) ناهد رمزي، **الرأي العام و سيكلوجا السياسة**، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1991.

35) نعوم تشومسكي، ترجمة: أميمة عبد اللطيف، **السيطرة على الإعلام** ، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2003.

ثانيا:الكتب الالكترونية:

1- هبة فتوح، **نشأة وتطور وسائل الاعلام**، 2005، http://books-library.net.

ثالثا: المجلات والدوريات:

1- آمال قاسيمي، **دور وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الجديدة في التنمية السياسية تغيير للأنساق القيمية وتشكيل للثقافة السياسية**، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، المجلد الثاني، العدد السادس، مارس2018.

2- وليد عبد الهادي العويمر،**دور الاذاعة والتلفاز الأردني في التنمية السياسية : دراسة تحليلية ميدانية**، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد1. المجلد6، 2013.

3- يامين بودهان ، **وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية الاتصال السياسي**، مجلة الاذاعات العربية.

4- ياسين بوبشيش، **دور وسائل الاعلام في تعزيز قيم المواطنة**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد التاسع.

5- سليم بوسقيعة، **الثقافة السياسية ودور الإعلام فى تنميتها**، مجلة الباحث الاجتماعى، العدد 11، مارس 2015.

6- علي مصباح محمد الوحيشي، **دور الاعلام الجديد في التنشئة السياسية**،دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية، مجلة علوم الانسان و المجتمع العدد 16جامعة الزاويا ليبيا، سبتمبر2015.

7- قواسم بن عيسى، **الإعلام المحلي ودوره في ترسيخ قيم المواطنة**، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 2، ديسمبر 2019.

8- خالد منصر، **دور الاعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة**، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد الأول، نوفمبر 2015.

رابعا: المؤتمرات:

1) عيسى عبد الباقي، **وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي في الدول العربية إشكالية الدور.. وآليات التعزيز**، المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر، القاهرة، 2012.

خامسا:الاطروحات والرسائل:

1- كمال نقبيل، **دور الاعلام في تحقيق التنمية السياسية في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعالقات الدولية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة: كلية العلوم السياسية والاعلام 2014-2015.

2-كمال عايد، **تكنولوجيا الإعلام والإتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه ل م د جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016-2017.

3-مسعودة عرفة، تأثير **شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017** ،مذكرة ماستر ، جامعة ورقلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية2017-2018.

4-مصعب جعفورة ، **العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية لدى الشباب**، أطروحة دكتورة تخصص علم الاجتماع و دراسات ديموغرافية، قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا، جامعة عمار ثليجي، الأغواط،2017-2018.

5-السيد سلامة الخميسي،**التربية السياسية لشباب الجامعات من 1952-1970**، رسالة ماجستير، كلية التربية جامعة الاسكندرية،1981.

6-رشيدة عزيزي، علية قطيش، **الاتصال السياسي واثره على المشاركة الانتخابية في الجزائر 2017/2014** ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية جامعة احمد دراية، ادرار، كلية الحقوق والعلوم السياسية 2017-2018.

7- شيماء بلونيس، **دور وسائل الإعلام والإتصال الجديدة في التغير السياسي**، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، كلية الحقوق والعلوم السياسية.

سادسا: مواقع الأنترنات:

1- ايمان الحياري، **مفهوم الثقافة السياسية**، 10-11-2016، تم الاطلاع عليه بتاريخ22-5-2024، https://mawdoo3.com.

2- بلال الذيبات، **العوامل المؤثرة في عملية صنع القرار السياسي**، 24اوت2022، تم الاطلاع بتاريخ 25-03-2024، mawdoo3.com.

1- 3-حياة قزادري، **التنمية السياسية : المفهوم..المشكلات والمقومات والآليات**، www.asjp.cerist.dz .. تم الاطلاع عليه بتاريخ29-04-2024.

3- حمود محسن قاسم المليكي، **دور الإعلام في التنمية السياسية**،08-07-2021، تم الاطلاع عليه في15-02-2024، https: portal.arid.my.

4- محمد شكري، **التنشئة السياسية The political of socialization**، 30-03-2022،. تم الاطلاع عليه بتاريخ 19-04-2024، https://www.politics-dz.com/ar.

5- نزار ميهوب، **صوت الشعب هو صوت الله في مفهوم الرأي العام وتشكله وقياسه**،تم الاطلاع عليه في 19-03-2024، www.sptechscom.

6- عثمان الطاهات، **الإعلام والتنشئة السياسية**، 31 أوت2023،تم الاطلاع عليه بتاريخ 19-03-2024، https://www.addustour.com.

7- صبار محمد، **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، 1جانفي2023، تم الاطلاع عليه بتاريخ25-03-2024، subulmagazine.com

9- خطوات و استراتجيات صنع القرار، 17سبتمبر2023، تم الاطلاع بتاريخ 25-03-2024 .bakkah.com/ar/knowledge-center/

10- الثقافة السياسية دورها أنواعها مكوناتها، جامعة الملك عبد العزيز، تم الاطلاع عليه بتاريخ016-3-2024. www.kau.edu.as.

سابعا: ملخصات دروس:

1- نسية حدوني، ملخص أعمال موجهة لمقياس نظرية الإعلام والاتصال، السنة ثالثة ليسانس الأفواج 27-28، كلية علوم الاعلام و الاتصال، قسم الاتصال، ص 10-11-12، تم الاطلاع بتاريخ20-02-2024،https ;//fsic.univ.alger3.dz.

2- سليم بوسقيعة، **الثقافة السياسية ودور الاعلام في تنميتها**، قسم علم الاجتماع جامعة قسنطينة، تم الاطلاع بتاريخ 31-03-2024 https://wwww.univ_constantine2.dz

3- **مدخل الى نظريات الاعلام**، المحاضرة10 من محاضرات السنة الثانية، 05-2021، جامعة وهران، ، تم الاطلاع بتاريخ 20-02-2024، https://elearn.univ-oran1.dz..

المراجع باللغة الأجنبية:

أولا: الكتب

1- Lain mclean، **concise dictionaryof politics**، oxford: university press، 1699.

2-Robert Hassan, Media, **Politics and the Network Society** ،New York: Open University Press, 2004.

3- Sidney verba. **Culture and political development**، new jersey - university. 1965.

ثانيا: المجلات:

1- Dominique Walton, **Political Communication:The Construction of a Model**, European Journal of Communication, vol 5, 1990 , N9.
2- Brian McNair, **An Introduction to Political Communication**, 3rd ed، London: Routledge, 2003.
3-Gabriel A.Almond، **cooperative political systems**، the journal of politics، vol18 no3، August1965.

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

أصبحت وسائل الاعلام جزءا من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرهما الاعلام، ان أجهزة الاعلام هي المرآة العاكسة لتنوع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، هنا يبرز أحد أهم أدوار الاعلام في صناعة الحريات المنظمة وأهميتها في بناء وصياغة الديمقراطية التي يكون فيها للإعلام الدور الفاعل والمؤثر والأوسع، حيث تتعدد مصادره ومؤسساته على العكس مما تراه في الأنظمة غير الديمقراطية حيث يكون الاعلام أحد أجهزة الدولة ويوجه بحسب قناعات الأحزاب الحاكمة، ولا تتحقق التنمية السياسية الناضجة بغياب الاعلام كونه الوسيلة الأسهل لتوصيل المعلومات والأفكار والأحداث والقناعات إلى الجماهير، وعلى الجانب الأخر يكون للإعلام دور وساحة فاعلة مؤثرة وصوت مسموع دون وجود تنمية سياسية تدفع باتجاه معرفة الحقوق والواجبات سعيا لخدمة الوطن والمواطن، إن دور وسائل الاعلام في صنع القرارات السياسية مرتبط بمدى ديمقراطية النظم السياسية وحجم المشاركة السياسية للمجتمع، فوسائل الاعلام لها دور محوري في تشكيل الثقافة السياسية لدى المتلقي، لأنه الوسيلة الأساس لتطعيم المعارف والخبرات السياسية ومنها تشكيل الرأي العام في المجتمع سواء الرأي الايجابي أو السلبي، كما تشمل وسائل الاعلام أداة تقديم المعلومات لصانع القرار وتمكينه وتمكين الأنظمة السياسية من توجيه وضبط الرأي العام عبر ما تقدمه له من معلومات داخل إطار يحدده صانع القرار، إن الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الاعلام جعلت منه السلطة الحاوية لكل السلطات وقاسمها المشترك، حيث جعل من الأفراد والناس عامة أدوات فاعلة وهامة في توجيه السياسة، وبات كل مواطن بإمكانه أن يوصل صوته الى من يريد ومتى يريد وكيفما يريد.

Study summary :

The media has become a part of the development of political life in general. Contemporary political societies cannot survive without the wide spread and rapid communications provided by the media. The media is a mirror that reflects the diversity of political, social and economic life. Here highlights one of the most important roles of the media in creating organized freedoms and its importance in Building and formulating a democracy in which the media has an effective, influential and broader role, as its sources and institutions are numerous, unlike what you see in non-democratic systems where the media is one of the state's organs and is directed according to the convictions of the ruling parties. Mature political development is not achieved in the absence of the media as it is the easiest means of conveying information, ideas and events. And convictions to the masses. On the other hand, the media has a role and an effective and influential arena and an audible voice without the presence of political development that pushes towards knowledge of rights and duties in an effort to serve the nation and the citizen. The role of the media in making political decisions is linked to the extent of the democracy of political systems and the extent of the political participation of society. The media has A pivotal role in shaping the political culture of the recipient, because it is the basis for inculcating political knowledge and experiences, including the formation of public opinion in society, whether positive or negative opinion. The media also includes a tool for providing information to the decision maker and empowering him and enabling political systems to direct and control public opinion through what they provide to him. From information within a framework determined by the decision maker, the great role played by the media has made it the authority that contains all the authorities and their common denominator, as it has made individuals and people in general effective and important tools in directing policy, and now every citizen can convey his voice to whoever he wants, when he wants, and however he wan .