

## الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

الأستاذ شعيب قماز

جامعة باتنة 1

الدكتور أحمد باي

جامعة باتنة 1

### ملخص:

في عالم السياسة لا يمكن إغفال دور الاعلام في تحقق الأهداف، وبخاصة إذا تعلق الامر بمصالح الدول والشعوب، إذ تسعى مختلف القوى الفاعلة لتوظيف وسائل الاعلام للترويج لما يخدم التوجهات وتشويش على الأطراف الاخر لمنافسة، حيث تبقى مسألة الخروج المفاجئ لبريطانيا من الاتحاد الأوروبي من أكثر القضايا تأثرا بتوظيف كل محركات الرأي العام والوسائل القادرة على توجيهه، إذ لعبت الدعاية السياسية دورا بالغ الأهمية في توجيه الرأي العام البريطاني في عملية التصويت نحو تغليب طرح الانسحاب رغم أن الحكومة القائمة قد روجت لأهمية البقاء والاستمرار في الاتحاد.

الكلمات المفتاحية: الدعاية السياسية، الرأي العام، الاستراتيجيات الاعلامية، المصالح.

### Abstract:

Multiple and different means to influence the political decision can not overlook the role of the media to achieve the goals, especially if it comes to the interests of nations and peoples, as various actors seek the employment of the media to promote what serves the trends and confuse the other parties to Mnavsh.hat remains the issue of the sudden exit of Britain from the European Union of the most affected by employing all issues of public opinion engines and means capable of directing, as political propaganda played a very important role in guiding the British public in the voting process towards giving priority to put the withdrawal despite the fact that the existing government has promoted the importance of survival and Alastm R in the Union.

**Key words:** Political propaganda, the general opinion ,Media strategies, Interests.

مقدمة:

تعتبر الدعاية السياسية واحدة من نقاشات الفكر السياسي في مختلف محطاته التاريخية، لما لها من تأثير على الرأي العام والتعبئة الاجتماعية تجاه القضايا العامة وذات الاهتمام المشترك وذلك، من خلال الاعتماد على إستراتيجيات الاتصال الجماهيري عبر وسائل الإعلام والخطابات السياسية الرسمية، وشبكات التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليها بالإعلام الجديد.

وقد عرفت الدعاية أوج ممارساتها في بريطانيا أثناء البوادر الأولية المصاحبة للمطالب المؤيدة لخروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي في السنة 2016، فبعد 43 سنة من عضوية الإتحاد الأوروب (1973)، قررت بريطانيا بأفضل طريقة ديمقراطية ممكنة الانسلاال الوظيفي من أكبر وأقدم اتحاد عرفه العالم بداية من نهاية حرب العالمية الثانية واستمر في الوجود والتطور الى اكتساب الشكل الحالي، من خلال السير قدما نحو تنظيم استفتاء في 3 جوان 2016.

وبغض النظر عن البراغمية وواقعية الانجليزية المعروفة، ورغم المكاسب التي قد يحققها الاقتصاد البريطاني في بناء تعاملات غير اندماجية مع الاقتصاد الأوربي، إلا إن وقع الدعاية السياسية كان عظيم التأثير في توجيه الرأي العام وتوظيف فعال لنوعية خاصة من النقاشات التي طرحت على الساحة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، الممجدة للقدرة الانجليزية في خلق بيئة جديدة -غير متناسقة جغرافيا- للتفاعل والتعايش الاقتصادي، ولربما توجه نحو الولايات المتحدة الأمريكية في سياق المنظور التاريخي المبني على الأيديولوجية الأنجلوساكسونية قد لعب دورا فاعلا في قرار الناخب البريطاني والجهات المؤثرة فيه.

وقد وظفت الأطراف المؤيدة للخروج من الإتحاد الأوربي مجموعة من وسائل الإعلام المؤثرة على شاكلة صحيفة: ديلي ميل Daily Mail وذا صن The Sun، "ديلي تلغراف The Daily Telegraph"، مع الإعلام الجديد من خلال استخدام ثقافة "الهاشتاغ Hashtag".

ومما سبق تطرح الدراسة الاشكالية التالية:

- إلى أي مدى أثرت الدعاية السياسية على اتجاهات الرأي العام البريطاني خلال مرحلة اللجوء إلى استفتاء خروج بريطانيا من الإتحاد الأوربي؟

وللإجابة عن هذه الاشكالية تطرح الدراسة الفرضيات البحثية المبينة على متغيرات تصف العلاقة بين المكونات المنهجية للموضوع على الشكل التالي:

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

- لم تكن المصالح العامل الحقيقي لخروج بريطانيا من الإتحاد الأوربي، بقدر ما أثرت الدعاية الاعلامية على توجيه الرأي العام في الاستفتاء.

- لعبت الدعاية السياسية دورا بالغ الأهمية في توعية المواطن البريطاني لمصالح بلاده وما تحققه من منافع خارج الضغوط والمسؤولية الأوروبية.

أخذت الهيكلت العامة للدراسة شكل أربعة محاور، بما يتضمن الآتي:

أولاً: الحدود المعرفية للدعاية السياسية كمفهوم.

ثانياً: بؤادر الدعاية واستراتيجيات الإعلام في تدليس الحقائق من أجل البريكسيت.

ثالثاً: التغطية الإعلامية لمجريات الاستفتاء - نتائجه وردود الأفعال المحلية والإقليمية-

رابعاً: عبء الدعاية على تيريزا ماي -السير في التيار واستكمال مساعي الخروج-

أولاً: الحدود المعرفية للدعاية السياسية:

كمستهل معرفي لهذه الدراسة وجب التطرق إلى ضبط متغيرات مصطلح الدعاية السياسية الذي عرف تحاذبات خطائية في صيغ متباينة الدلالة بين الكثير من الأكاديمين والإعلاميين على حد سواء، وفيما يتعلق بهذا الجدل المعرفي سنج إلى التعريف اللغوي للمصطلح، فضلا عن الاصطلاحي، ليتم الكشف بعدها عن واحدة من العقبات الرئيسية للمصطلح والمتمثلة في المفاهيم ذات الصلة به، والتي قد تغيّر أو تفرغ مفهوم الدعاية السياسية من محتواها الرئيسي.

إن المعنى اللغوي لكلمة الدعاية أو بروباغندا مشتقة من الفعل **Propagate** بالانجليزية والتي ترجع إلى

الأصل اللاتيني **Propagatus** وقد استخدمت في اللغة الفرنسية من الأصل اللاتيني في سياق مجمع نشر الإيمان أو المجمع المقدس، وهو مجمع قام بتأسيسه البابا غريغوري الخامس عشر عام 1622، يقوم هذا المجمع على نشر الكاثوليكية في الأقاليم، بحيث أن بروباغندا باللاتينية تعني نشر المعلومات دون أي دلالات مضللة، بعكس المعنى الحالي المرتبط بالسياسية.<sup>1</sup>

أما المعنى الاصلاحي لكلمة "الدعاية" يتسم بالاختلاف حزب زاوية نظر كل مفكر، بالتالي سنعمل

على عرض العديد من تعاريف المفكرين كآلاتي :

<sup>1</sup> عبد الحميد حمود، فن غسل الأدمغة بحث في الدعاية والرأي العام، لبنان: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، 2008، ص35.

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

يعرف دايفيد ويلش **David Welch** الدعاية على أنها: "محاولة متمعددة للتأثير على آراء جمهور من خلال نقل الأفكار والقيم لغرض محدد، صممت بوعي لخدمة مصالح أصحاب الدعاية ورجال السياسة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر"،<sup>1</sup> أو يمكن القول أنها عملية إعادة بلورة آراء الجمهور بما يخدم أصحاب المصلحة. الدعاية حسب **نعوم تشومسكي Noam Chomsky** هي: "بث صورة مغلوطة عن وقائع الاحداث تترسخ في ذهن الجمهور المتلقى فتتشكل قناعاته على النحو الذى يريده صانع القرار"،<sup>2</sup> ويضرب تشومسكى مثلا لذلك بالحرب العالمية الثانية وانشاء إدارة للدعاية الحكومية أثارت الرأي العام الامريكى ضد ما سمي آنذاك بالخطر الألماني، وبعد انتهاء الخطر الألماني وازاء النجاح الباهر للآلة الإعلامية تم توجيهها الى قضايا اخرى مثل الخطر الشيوعي، الأمر الذى ساهم في القضاء على العديد من الاتحادات العمالية آنذاك، وبعد انتهاء الخطر الشيوعي كان لابد من توجيه الآلة الدعائية نحو خطر آخر برز في الخطر الإسلامي، وما تبعه من حروب في افغانستان ضد القاعدة.<sup>3</sup> كما تعتبر الدعاية واحدة من العوامل التاريخية باعتبارها إحدى مؤسسات صنع الوعي المحرك للفعل الانساني - في حالة الحرب أو السلم على حد سواء- خاصة اذا اتبعت اساليب تكتيكية وفنية مؤثرة.<sup>4</sup> والدعاية تعرف أيضا بأنها: "المحاولة "العامة" لإقناع الناس بكل الوسائل المتاحة بأن يفكروا ويسلكوا أسلوب يرغبه المصدر، فهي بالمفهوم الميكانيكي "وسيلة لغاية".<sup>5</sup> فهي في جوهرها عملية إقناع منظمة تركز على الجانب السيكلوجي من خلال التأثير على العقل.<sup>6</sup> ويعرف هارولد لاسويل **Harold Lasswell** الدعاية السياسية في مقالته الموسومة بنظرية الدعاية السياسية **The Theory of Political Propaganda** بأنها " إدارة المواقف الجماعية من خلال التلاعب بالرموز الهامة".<sup>7</sup>

<sup>1</sup> Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice", In : Jan Melissen, The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations, USA :PALGRAVE MACMILLAN,2005, pp.16-17.

<sup>2</sup> المركز الديمقراطي العربي، "السيطرة على الاعلام الانجازات الهائلة للبروبا جندا للمفكر: نعوم تشومسكى"، تاريخ الولوج: 2017/03/29، نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://democraticac.de/?p=44270>

<sup>3</sup> نفس المرجع، نفس الصفحة.

<sup>4</sup> فيليب تابلور، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة : سامي خشبة، الكويت: عالم المعرفة، 2000، ص 18-19.

<sup>5</sup> نفس المرجع، ص 25.

<sup>6</sup> نفس المرجع، ص 23

<sup>7</sup> Harold D. Lasswell , "The Theory of Political Propaganda", The American Political Science Review, Vol. 21, No. 3 (Aug., 1927),P627.

## الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

أو بمعنى آخر، دفع الناس الى اتخاذ مواقف معينة وإن أمكن محددة من خلال وضعها تحت السقف الزمني والجغرافي للنشاط الدعائي، فمن أهم ما يميز التأثير الدعائي يقول "يوري شيركوفين" عن العمل الدعائي أنه موجه في آن واحد إلى جماهير واسعة من الأفراد، وإلى كل فرد منهم على حدى، فالعمل الدعائي بالقدر الذي يتناول مصالح الجماهير، اهتماماتهم، عواطفهم، أفعالهم، هو كذلك يدفع بكل فرد منهم الى الشعور بأنه جزء من الكل، يتأثر ويتفاعل مع الاعلام الموجه إليه وهذا الشعور الذاتي بين الافراد، يؤدي حسب اعتقاد يوري شيركوفين إلى نشوء فعل سيكولوجي مهم يتمثل في "الموقف"، والذي يعتبر الى حد كبير عاملاً منظماً ومقرراً لنشاط الناس وسلوكهم.<sup>1</sup>

### المفاهيم ذات الصلة بالدعاية:

هناك العديد من المفاهيم ذات العلاقة بالدعاية، والتي قد تفرغ هذه الأخيرة من معناها، أو قد تختلط بها، ونذكر على سبيل المثال:

أ/الديماغوجية **Demagogue** : كلمة يونانية مشتقة من كلمة (ديموس **Demos**) وتعني الشعب، و(أغوجوس **Agogos**) وتعني القيادة،<sup>2</sup> أما معناها السياسي فيعني مجموعة الأساليب التي يتبعها السياسيون لخداع الشعب وإغرائه بوعود كاذبة، وذلك ظاهرياً من أجل خدمة الشعب وعملياً من أجل الوصول للسلطة.<sup>3</sup> ويرى جايمس فينيمور كوبر **James Fenimore Cooper** أن الديماغوجيين يمثلون على أنهم من عامة الشعب ضد النخبة أو السلطة وسياستهم تعتمد على الاتصال الشعبي الحشوي، بحيث يتم التلاعب بهذه العلاقة من أجل خدمة مصالحهم وطموحاتهم، وقد يهددون أو يكسرون القواعد الضابطة للسلوك، والمؤسسات وحتى القانون.<sup>4</sup>

وبالتالي إن كانت الدعاية تمارس من طرف السياسيين والإعلاميين على حد سواء، فإن الديماغوجية مرهونة بالسياسيين فقط، وهذا قد يشكل فاصل بين المصطلحين.

<sup>1</sup> حميد جاعد، "الإعلام والديمقراطية بين الدعاية والتحريض"، مجلة الباحث الاعلامي، العدد الثاني، حزيران 2006، ص24.

<sup>2</sup> Michael Signer, DEMAGOGUE THE FIGHT TO SAVE DEMOCRACY FROM ITS WORST ENEMIES ,USA : PALGRAVE MACMILLAN,2009,P34.

<sup>3</sup> عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسة، الجزء الثاني، لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1999، ص748.

<sup>4</sup> Michael Signer ,Op.Cit, P35.

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

ب/التحريض **Incitement**: التحريض لغة الحث على الشيء، فيقال حرض على الأمر بمعنى حث عليه ودفع للقيام به.<sup>1</sup>

أما التحريض اصطلاحاً فهو: " دعوة الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر للقيام بفعل ضد أفراد أو مجموعات، وذلك باستخدام إحدى طرق العلنية، على أن يكون الخطاب موجهاً ضد أفراد أو مجموعات محددة ".<sup>2</sup> والغالب إذا ذكر التحريض فإن المقصود منه حث الغير على ارتكاب أمر غير مشروع،<sup>3</sup> إذ ينقسم التحريض الذي يترتب على خطاب الكراهية وفقاً لنص المادة 20 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية إلى ثلاث صور تتمثل في التحريض على العداوة أو الكراهية، التحريض على العنف، التحريض على التمييز.<sup>4</sup> وبالتالي يمكن التمييز بين الدعاية والتحريض من خلال ربطهم بالمشروعية أو مدى إلتزامهما بالقوانين، فنلاحظ ان التحريض يأتي أساساً مخالف لما تنص عليه الضوابط القانونية بما يعثه من عنف وكراهية وتمييز، أم الدعاية فقد تستند إلى اسس قانونية من أجل تلبية حاجيات أصحاب المصلحة بها.

ج/التضليل الإعلامي **Misinformation**:

يعرفه القاموس الفرنسي **Le Grand Robert** على أنه: " عملية استعمال الاعلام وبالتحديد تقنيات الاعلام الجماهيري من أجل التعليل وإخفاء الوقائع وتضليلها"، كما يقصد بالتضليل الاعلامي التسريب المقصود للمعلومات المظلمة.

من جهة أخرى، يعرف أحد الباحثين التضليل الإعلامي، على أنه: " الاستعمال المقصود للمعلومات بهدف تغليب إدراك الدريئة للواقع، كما يهدف إلى تضليل الخصم أو التأثير على الرأي العام، أو لجعل الدريئة تستوعب بعض المعتقدات التي كانت ترفضها من قبل، أو تقدم الكذب كحقيقة".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> فهد بن مبارك العرفج، "التحريض على الجريمة في الفقه الاسلامي والنظام السعودي دراسة تأصيلية تطبيقية"، بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العدالة الجنائية، قسم العدالة الجنائية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006، ص 31.

<sup>2</sup> أحمد عزت وآخرون، خطابات التحريض وحرية التعبير الحدود الفاصلة، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، القاهرة، (دس ن)، ص 9.

<sup>3</sup> فهد بن مبارك العرفج، المرجع السابق الذكر، ص 31.

<sup>4</sup> أحمد عزت وآخرون، المرجع السابق الذكر، ص ص 9-10.

<sup>5</sup> السعيد بومعيزة، "التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، 2004، ص ص 3-4.

## الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

ويمكن أن نبرز الفرق بين الدعاية والتظليل الاعلامي في أن هذا الأخير يستهدف فئة قليلة من الجمهور، بعكس الدعاية التي تستهدف أكبر قدر ممكن من الرأي العام، أو بصيغة أدق التظليل الاعلامي يكون في قضايا جزئية واضحة المعالم، أما الدعاية فتشمل قضية كبرى قد تكون متشعبة ومتراطة بقضايا أخرى.

حُرِّي بنا التعمق في شرح الدعاية السياسية أكثر من خلال الاستناد إلى نموذج تأصيلي، يبرز فعليا كيفية ممارسة الدعاية السياسية وآثارها في تغيير اتجاهات الرأي العام، ومن هذا المسعى سنكمل المحور الثاني في سياق استراتيجيات الدعاية السياسية من أجل خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي كما هو آت.

ثانيا: بوادر الدعاية واستراتيجيات الإعلام في تدليس الحقائق من أجل البريكسيت.

بدأت بوادر الدعاية الاعلامية لخروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي باستعمال مصطلحات إعلامية جذابة من أجل الدعاية ككلمة "بريكسيت **Brexit**" وهو اسم ناتج عن دمج الكلمتين الانجليزييتين "Britain" أي بريطانيا و"Exit" أي الخروج، وهي اختصار لخروج بريطانيا عن الاتحاد الأوروبي<sup>1</sup>، وقد استغل الإعلام البريطاني عدة أمور لكسب الرأي العام بما يتضمن:

✓ الشوفينية من خلال تدليس الحقائق المرتبطة بالمجرة وآثارها.

✓ تحمل بريطانيا اخفاق بعض الدول الأوروبية مثل اليونان وما يتضمنه ذلك من تكاليف الدعم المادي.

✓ لعبة السياسة في بريطانيا وما تضمنتها من مساعي الإطاحة برئيس الوزراء البريطاني ديفيد كامرون من طرف

بعض الأشخاص داخل حزب المحافظين نفسه مثل العمدة السابق لمدينة لندن بوريس جونسون ( Boris Johnson).

لقد صرح أستر كامبل Alastair Campbell في صحيفة الغارديان **The Guardian**

المعروفة بانتمائها اليساري أن العديد من الصحف ذات التيار اليميني تقمصت مسؤولية الدعاية لخروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي من أمثال صحيفة ديلي ميل **Daily Mail**، ديلي إكسبريس **Daily Express**، ذا صن

**The Sun**، ديلي تلغراف **The Daily Telegraph**، التايمز **The Times**.

<sup>1</sup> Alex Hunt & Brian Wheeler, " Brexit: All you need to know about the UK leaving the EU", accessed : 20/03/2017 , available at:

<http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887>

<sup>2</sup> Alastair Campbell, " This slavish Brexit propaganda would make Pravda proud", accessed : 21/03/2017, available at:

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

كما أن الاعلام الجديد (وسائل التواصل الاجتماعي) كان له التأثير الكبير في استفتاء خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي، وهذا من خلال اعتماد ثقافة الهاشتاغ\* **Hashtag**، وقد عملت دراسة كل من فيليب هوارد **Philip N. Howard** وبينسي كولاني **Bence Kollanyi** على جمع معلومات حول الدعاية الإلكترونية خلال استفتاء خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي من بطريقة احصائية لعدد من الهاشتاغات في التويتير بين فترة 5 إلى 12 جوان 2016، وقد ارتبطت ببعض الكلمات المفتاحية كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(1): حساب الدعاية لخروج بريطانيا استنادا لعينة الهاشتاغ في التويتير بين 5-12 جوان 2016

التكرارات	الاحتمالات
0	363217 البقاء (strongerin# أقوى، remain# يبقى، voteremain# صوت يبقى، votein# التصويت في الإتحاد الأوروبي، bremain# بقاء بريطانيا، labourin# حزب العمال في الإتحاد الأوروبي، votestay# صوت يبقى، intogethe# معا في، forbritain# لأجل بريطانيا، greenerin# تنمية أكثر في)
4	993176 المغادرة (brexit# البريكسيت، voteleave# صوت للمغادرة، leaveeu# مغادرة أوروبا، takecontrol# أخذ التحكم، betteroffout# الأفضل الخروج، voteout# صوت للخروج، beleave# كن مع المغادرة، brexitthemovie# فيلم البريكسيت، euistheproblem# أوروبا هي المشكلة، brexitbustour# جولة البريكسيت)
6	475233 الحياد (euref# استفتاء أوروبا، eureferendum# استفتاء أوروبا، inorout# البقاء أم الخروج، eudebate# نقاش أوروبا، june23# 23 جوان)
00	1831626 مجموع الهاشتاغات

Source: Philip N. Howard and Bence Kollanyi, "Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum", <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1606/1606.06356.pdf>

ثمة مسألة رئيسية في الجدول السالف الذكر مرتبطة بالدعاية السياسية، إذ يبرز جليا أن الدعاية لخروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي كانت قوية جدا في وسائل الاعلام الجديد باتخاذ التويتير كعينة، وارتفع هذا الرهان قبل استفتاء 23

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/mar/12/alastair-campbell-brexit-referendum-media-bias>  
\* الهاشتاغ هو أي كلمة تأتي بعد علامة # في تويتير أو الفيسبوك ... وفائدته هو حصر جميع التغريدات أو التدوينات التي تتكلم عن موضوع معين فبمجرد الضغط على الكلمة التي تكون مع علامة # سيقوم تويتير أو الفيسبوك ... باظهار كل التغريدات أو التدوينات التي تحتوي على هذا الهاشتاغ.

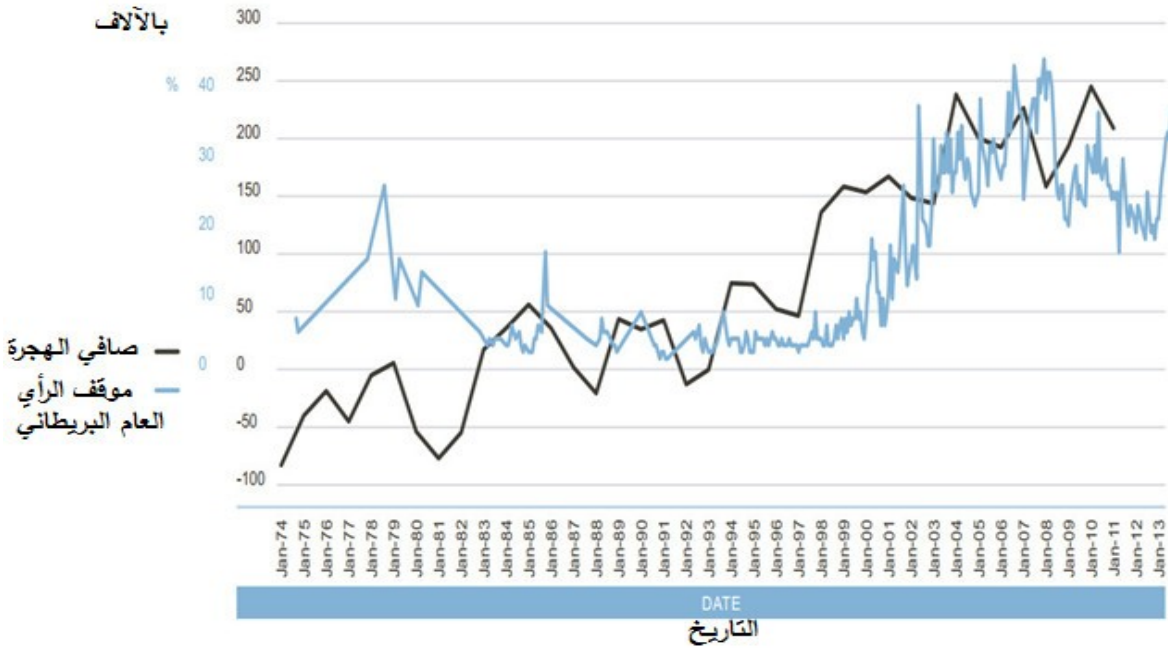


الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

جوان 2016، إذ أن عدد الهاشتاغ المطالب بالمغادرة من الإتحاد الأوروبي بين فترتي 5-12 جوان بلغ نسبته 54% في مقابل 20% لصالح الهاشتاغ المساند لبقاء بريطانيا ضمن الإتحاد الأوروبي .

وفي منتصف حملة خروج بريطانيا من الإتحاد الاوربي في ماي جوان، قيل أن عدد المهاجرين في المملكة المتحدة بلغ 333.000 شخص في عام 2015، وهو عدد أكثر بثلاثة أضعاف من رقم 100.000 مهاجر الذي أعلنته الحكومة في وقت سابق، وجاءت هذه الأخبار على رأس أزمة اللاجئين السوريين، والهجمات الإرهابية من قبل المهاجرين السوريين والأطفال الساخطين للمهاجرين السابقين، وتقارير إعلامية واسعة حول الإعتداءات على النساء والفتيات من قبل المهاجرين في ألمانيا وأماكن أخرى.<sup>1</sup>

في عام 2014 نشر ايسوس موري Ipsos MORI دراسة احصائية حول المواقف من الهجرة وقد أوضحت ان ازدياد عدد المهاجرين يؤدي إلى ارتفاع نسبة التخوف العام .  
الشكل رقم (1): مواقف الرأي العام البريطاني من الهجرة .



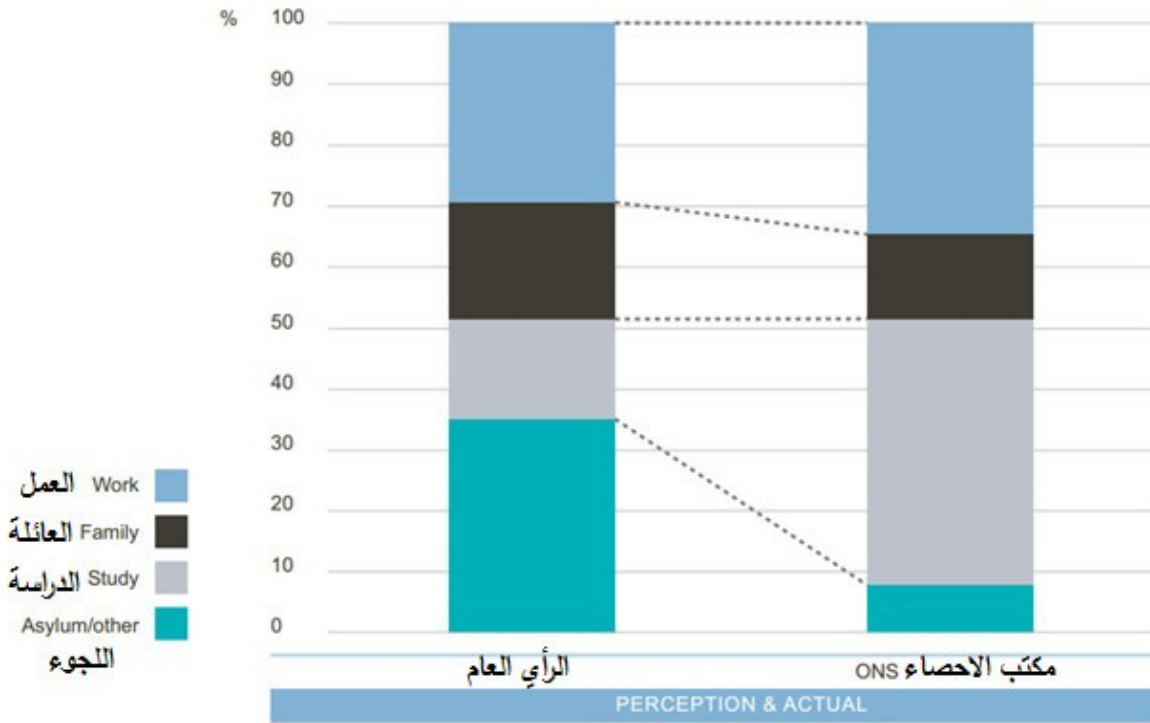
Source : Ipsos MORI ,Perceptions and reality Public attitudes to Immigration, JANUARY 2014, p8.

<sup>1</sup> JEFFREY D. SACHS, " The Meaning of Brexit", accessed : 20/03/2017 , available at: <https://www.project-syndicate.org/commentary/meaning-of-brexite-by-jeffrey-d-sachs-2016-06>

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

ومن الواضح جدا أن الدعاية السياسية في بريطانيا استغلّت فرصة ارتفاع نخوف البريطانيين من الهجرة منذ مطلع الألفية الثالثة مثل ما يوضح الشكل السابق من اجل كسب الأصوات المساندة لخروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي، والذي سيوفر مكسبا للحد من الهجرة، او بالأحرى تقليص حدة تخوفات البريطانيين من تداعيات الهجرة، لكن وسائل الإعلام لم تقدم المعلومات الصحيحة حول نسبة المهاجرين في كل فئة من فئات المهاجرين المقسمة كالآتي: من أجل العمل، ومن اجل العائلة، ومن اجل الدراسة، ومن أجل اللجوء، وهي دراسة جد مهمة من نفس المركز تتمثل في استطلاع الرأي العام حول الهجرة مع مقارنتها بالاحصائيات الحقيقية والدقيقة التي قام بها مكتب الاحصاء البريطاني ONS، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (2): الرأي العام حول الهجرة مقابل الاحصائيات الحقيقية.



Source : Ipsos MORI ,Op.Cit ,P76.

الملاحظ أن الاجابة عن تساؤل ما هو رأيك حول الهجرة ؟ ما هو الصنف السائد في ذهنك؟ هو أن نسبة الرأي العام حول اللجوء شكلت أكبر قدر من الهجرة اذ قدرت ب حوال 34%، في حين أنها تشكل حوالي 8% فقط مثل ما أقرته التقديرات الحقيقية الصادرة عن مكتب الاحصاء ONS، ونفس الشيء بالنسبة للتصويت

## الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

حول الدراسة، فحسب رؤية المجتمع البريطاني فإنها تشكل نسبة 15% بينما في الحقيقة هي تشكل نسبة 43% مثل ما اقتره تقديرات مكتب الاحصاء.

ويمكن القول هنا أن الدعاية السياسية حول بريطانيا هي جد مغالطة، لأن سياسات الحد من الهجرة ضد مبادئ النظام الليبرالي الحر، اذ انها تتعارض مع مقولة آدم سميث: "دعه يعمل أتركه يمر"<sup>1</sup> كما أن الدعاية السياسية بوريس جونسون الذي كان قائد حملة خروج بريطانيا من الإتحاد الاوربي كان يهدف لخدمة مصالحه الشخصية في الحصول على منصب سياسي بعدما خسر منصب عمدة لندن فكان هدفه خلع رئيس الوزراء ديفيد كاميرون وربما الحلول محله، ولكن عندما استقال كاميرون خان أنصار الخروج جونسون، فاضطر إلى القبول بمنصب وزير الخارجية في حكومة تيريزا ماي الجديدة<sup>2</sup>.

### ثالثا: التغطية الإعلامية لمجريات الاستفتاء – نتائجه وردود الأفعال المحلية والإقليمية-

تتسم فكرة الاستفتاء بتبسيط المعقد إلى حد السخف، فقد اختزل تشابك التعاون الدولي والسيادة المشتركة المتمثل في عضوية بريطانيا في الإتحاد الأوروبي في سلسلة من الادعاءات والوعود الكاذبة. فقيل للبريطانيين إنهم لن يدفعوا ثمنا اقتصاديا للخروج، وإن كل قطاعات المجتمع البريطاني التي استفادت من أوروبا لن تتكبد أي خسارة، كما وُعد الناخبون بصفقة تجارية مفيدة مع أوروبا، وانخفاض معدلات الهجرة إلى البلاد، والمزيد من المال للإنفاق على الخدمات الصحية الوطنية وغير ذلك من السلع والخدمات العامة المهمة. وقبل كل شيء، قيل لهم إن بريطانيا سوف تستعيد "سحرها"، أوحيويتها الخالقة اللازمة لتمكينها من قهر العالم بالقوة<sup>3</sup>. وبعد عملية الدعاية السياسية التي أتت اكلها تم تنظيم استفتاء شعبي بتاريخ 3 جوان 2016، وبعد فرز الأصوات أعلن عن إنتصار معسكر الخروج من الإتحاد الأوروبي بعد أن صوت 52% لصالح الإنفصال فيما صوت 48% لبقاء بريطانيا مع الإتحاد الأوروبي<sup>4</sup>.

وبالطبع، كانت الردود المحلية للاستفتاء صادمة جدا بحيث قدم رئيس الوزراء البريطاني ديفيد كاميرون استقالته لأنه لا يريد أن يتحمل عواقب هذه المهزلة حسبه، تاركا المسؤولية لخليفته تيريزا ماي Theresa May

<sup>1</sup> بول كولبير، الهجرة كيف تؤثر في علمنا، ترجمة مصطفى ناصر، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2016، ص 231.

<sup>2</sup> NINA L. KHRUSHCHEVA, "Direct Democracy Strikes Again", accessed : 20/03/2017, available at: <https://www.project-syndicate.org/commentary/direct-democracy-fails-colombia-by-nina-l--khrushcheva-2016-10>

<sup>3</sup> CHRIS PATTEN, "A British Tragedy in One Act", accessed : 22/03/2017 , available at: <https://www.project-syndicate.org/commentary/brexit-political-suicide-by-chris-patten-2016-06>

<sup>4</sup> كريستيان كيرن، "بريطانيا بعد الاستفتاء صورة قلقة لبلد غاضب ومنقسم"، صحيفة العرب، العدد: 10595، 25/06/2016، ص 6.

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

... كما يقول كينيث روقوف **Kenneth Rogoff** بروفيسور الاقتصاد والسياسة العامة في جامعة هارفرد **Professor of Economics and Public Policy at Harvard University** : " لم يكن الجنون الحقيقي في تصويت المملكة المتحدة بترك الإتحاد الأوروبي في أن يجد الزعماء البريطانيون في أنفسهم الجرأة الكافية لمطالبة عامة الناس بوزن فوائد العضوية في مقابل الضغوط التي تفرضها في ما يتصل بمسألة الهجرة، بل كان الجنون في مانع الخروج المنخفض إلى حد السخف، والذي لم يتطلب تجاوزه سوى الأغلبية البسيطة، ولأن الإقبال على التصويت من قبل الناخبين بلغ 70% فإن هذا يعني أن حملة الرحيل فازت بما لا يتجاوز 36% من أصوات الناخبين المؤهلين الذين ناصروها، هذه ليست ديمقراطية؛ بل هي أقرب إلى لعبة الروليت الروسية، فقد اتخذ هذا القرار الذي ينطوي على عواقب هائلة، أعظم كثيرا من تعديل دستور البلاد (تفتقر المملكة المتحدة إلى دستور مكتوب بالطبع)، في غياب أي ضوابط أو توازنات ملائمة".<sup>1</sup>

وقد اتسمت ردود الأفعال الإقليمية بالكثير من المخاوف السياسية إذ قال رئيس المجلس الأوروبي دونالد توسك **Donald Tusk** لصحيفة "بليد الألمانية" "أخشى أن يكون خروج بريطانيا مؤشرا ليس فقط على بداية انهيار الإتحاد الأوروبي وإنما على الحضارة الغربية ككل"، ليعكس بذلك قلق المسؤولين الأوروبيين مع خروج بريطانيا، وإمكانية أن تحذو دول أخرى حذوها.<sup>2</sup>

لكن أكثر ما يخشاه القادة الأوروبيون هو تكرار سيناريوهات مماثلة، فقد أعطى الاستفتاء البريطاني دوافع إضافية للمشككين في أوروبا، حيث عبرت زعيمة اليمين المتطرف في فرنسا مارين لوبان عن رغبتها في أن تنظم "كل دولة" تصويتا شعبيا حول الانتماء إلى الإتحاد على غرار مسؤولين مناهضين لأوروبا. وقد صرح رئيس الوزراء الإيطالي ماتيو رينزي **Matteo Renzi** في هذا السياق لصحيفة "لاريبوليكا" قائلا "خروج بريطانيا فتح الباب أما عنصرية بعض التيارات في إيطاليا لتعيد الحديث عن مشروعيتها في العمل على الانفصال من الإتحاد، وأرجو ألا يكون لهذه الدعاية صدى في الشارع".<sup>3</sup>

رابعا: عبء الدعاية على تيريزا ماي –السير في التيار واستكمال مساعي الخروج-

<sup>1</sup> KENNETH ROGOFF, "Britain's Democratic Failure", accessed : 27/03/2017, available at: <https://www.project-syndicate.org/commentary/brexit-democratic-failure-for-uk-by-kenneth-rogoff-2016-06>

<sup>2</sup> مارتن ماكجينيس وفيليب هاموند، "هل سيتمكن الإتحاد الأوروبي من تجاوز صدمة خروج بريطانيا"، صحيفة العرب، العدد: 10317، 25/06/2016، ص6.

<sup>3</sup> نفس المرجع، نفس الصفحة.

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

إن رئيسة الوزراء تيريزا ماي Theresa May تصور نفسها باعتبارها نسخة المملكة المتحدة من أنجيلا ميركل Angela Merkel، ولكن في الحقيقة هي أقرب شبها إلى مارين لوبان Marine Le Pen زعيمة الجبهة الوطنية اليمينية المتطرفة في فرنسا، وليس مستشارة ألمانيا الأممية، وقد عرضت ماي رؤيتها لمستقبل بريطانيا في مؤتمر حزب المحافظين شحر جويلية 2016، وتعهدت بالسير في التيار واستكمال مساعي خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي، كما أعلنت أن السيطرة الوطنية على الهجرة - وليس استمرار العضوية في سوق الإتحاد الأوروبي الموحدة- هي أولى أولوياتها في المفاوضات المقبلة حول "الخروج البريطاني"<sup>1</sup>.

وغداة إعطاء بريطانيا إشعاراً رسمياً للإتحاد (عن طريق تطبيق أحكام المادة 50\* من معاهدة لشبونة)، أصبح الخيار منقسماً بين "الخروج الصلب" و"الخروج الناعم"، إذ ينطوي الخروج البريطاني "الصلب" على قطع كل الروابط القائمة بين المملكة المتحدة والإتحاد الأوروبي: التوقف عن المساهمة في الميزانية المشتركة، وإنهاء حرية تنقل العمالة، ويفترض هذا الموقف أن أوروبا تعيش حالة من التدهور الاقتصادي والثقافي، وليس لديها بالتالي ما تقدمه للمملكة المتحدة، التي ستستفيد بشكل أكبر كثيراً من إقامة علاقات أقوى، ولنقل مع الاقتصادات الناشئة في آسيا وأميركا الجنوبية، أي أن الخروج البريطاني الصارم عملية إنهاء لكل العلاقات مع أوروبا<sup>2</sup>.

أما الخروج البريطاني "الناعم" فيعكس وجهة نظر مفادها أن المملكة المتحدة تظل تشكل جزءاً من أوروبا، وأن بريطانيا لا تزال قادرة على تحقيق قدر كبير من المكاسب من العلاقات الوثيقة مع الإتحاد الأوروبي، مع اعتماد "مدينة لندن" بشكل خاص على الانفتاح على العمال الأجانب، المهرة منهم وغير المهرة، وتدفقات رأس المال

<sup>1</sup> ANATOLE KALETSKY, " Reversing Brexit", accessed : 20/03/2017 , available at:

<https://www.project-syndicate.org/commentary/reversing-brexit-referendum-by-anatole-kaletsky-2016-07>

\* مضمون المادة 50 من اتفاقية لشبونة: تتضمن 5 فقرات:

- كل دولة عضو يمكنها ان تقرر بموجب قوانينها الدستورية الانسحاب من الإتحاد.
- يجب أن تخطر الدولة العضو التي تقرر الانسحاب المجلس الأوروبي بنيتها... يجب أن يتفاوض الإتحاد مع هذه الدولة ويتوصل إلى اتفاق يحدد الترتيبات لانسحابها مع الوضع في الاعتبار إطار العمل لعلاقتها المستقبلية بالإتحاد.
- يتوقف العمل بالاتفاقيات اعتباراً من تاريخ دخول "اتفاق الانسحاب" حيز التنفيذ أو بعد سنتين من الإبلاغ بنية الخروج إلا إذا قرر المجلس الأوروبي وبالاتفاق مع الدولة العضو (بريطانيا)، بالإجماع تمديد هذه المدة
- إذا طلبت الدولة المنسحبة من الإتحاد الأوروبي إعادة الانضمام يجب ان يخضع طلبها للمادة 48.

<sup>2</sup> HAROLD JAMES , " Brexit Fudge", accessed : 25/03/2017 , available at:

<https://www.project-syndicate.org/commentary/uk-post-brexit-relationship-eu-by-harold-james-2016-08>

## الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

السلسلة. وعلى هذا، فيتعين على المملكة المتحدة أن تستمر في اللعب وفقا لقواعد الإتحاد الأوروبي وضمن بقاء العلاقات الاقتصادية والسياسية مع أوروبا في صميم السياسة البريطانية.<sup>1</sup>

بيد أن هناك طريقة واحدة فقط لتمكين دولة غير عضو في الإتحاد الأوروبي من التفاوض على الوصول إلى السوق الداخلية، بقدر يعادل ذلك الذي يتمتع به أعضاء الإتحاد الأوروبي، وتمثل هذه الطريقة في اتفاقية المنطقة الاقتصادية الأوروبية المبرمة بين الإتحاد الأوروبي والنرويج وأيسلندا وليختنشتاين في عام 1992.

ويبدو أن رئيسة الوزراء البريطانية تيريزا ماي، التي ترفع شعار "**Brexit means Brexit** الخروج البريطاني يعني الخروج البريطاني"<sup>2</sup>، مستمرة في تفكيرها المعني بالخروج الصلب من الإتحاد الأوروبي، أو بصيغة أخرى تكمل ما أقدمت عليه الدعاية السياسية البريطانية في بوادر البريكسيت.

### الخاتمة:

إن الحديث عن الدعاية السياسية في بريطانيا، والتي كان لها الأثر في تغيير اتجاهات الرأي العام بما يخدم مصالح السياسيين أمثال "بوريس جونس" قائد الحملة الدعائية قد أتت بثمارها السلبية على المجتمع البريطاني، إذ إن نتائج الاستفتاء كانت لصالح انصار الخروج، وهو ما شكل صدمة سياسية أدت إلى منعرج خطير مع بوادر استقالة رئيس الوزراء البريطاني ديفيد كاميرون.

كما أن هذه الحملة الدعائية لم تكن لتأتي بنتائج لو لم يتم استغلال وسائل الاعلام الجديد بما فيها "التويتر" وثقافة "الهاشتاغ" التي أدت إلى التأثير على الرأي العام البريطاني بطريقة غير مباشرة في التصويت لصالح الخروج.

ولعل التدليس للإحصائيات الحقيقية حول الهجرة، وتزامنا مع تخوف الرأي العام البريطاني من اللاجئين وظاهرة الارهاب التي اكتسحت الفضاء الأوروبي شكل عامل حاسم في مساندة وتأييد ما تبثه وسائل الاعلام البريطانية.

<sup>1</sup>Idem.

<sup>2</sup> ANATOLE KALETSKY, "Brexit and King Canute", accessed : 28/03/2017 , available at: <https://www.project-syndicate.org/commentary/eu-rising-national-democracy-by-anatole-kaletsky-2016-08>

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

والمذهل حقا أنه لم يتصدى أحد لهذه الدعاية السياسية، فحتى رئيسة الوزراء الحالية تيريزا ماي نفسها تكمل المسار الدعائي من اجل الخروج الصلب من الإتحاد الأوروبي، وبالرغم من ذلك يمكن القول أن الآثار السلبية ظهرت جليا بعد الاستفتاء لما تراجع قيمة الجنيه الاسترليني وهو ما يشكل تحديا حقيقيا لدى أنصار الدعاية السياسية للبريكسيت.

قائمة المراجع:

الموسوعات:

1. الكيالي عبد الوهاب، موسوعة السياسة، الجزء الثاني، لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1999.

الكتب:

1. تايلور فيليب، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة: سامي خشبة، الكويت: عالم المعرفة، 2000.

2. حمود عبد الحميد، فن غسل الأدمغة بحث في الدعاية والرأي العام، لبنان: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، 2008.

3. عزت أحمد وآخرون، خطابات التحريض وحرية التعبير الحدود الفاصلة، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، القاهرة، (دس ن).

4. كولبير بول، الهجرة كيف تؤثر في عالمنا، ترجمة مصطفى ناصر، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2016.

المقالات باللغة العربية:

1. بومعيزة السعيد، "التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، 2004.

2. جاعد حميد، "الإعلام والديمقراطية بين الدعاية والتحريض"، مجلة الباحث الاعلامي، العدد الثاني، حزيران 2006.

الموارد غير المنشورة:

الدعاية السياسية وأثرها على مسار خروج بريطانيا من الإتحاد الأوروبي

1. العرفج فهد بن مبارك، "التحريض على الجريمة في الفقه الإسلامي والنظام السعودي دراسة تأصيلية تطبيقية"، بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العدالة الجنائية، قسم العدالة الجنائية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الصحف:

1. كيرن كريستيان، "بريطانيا بعد الاستفتاء صورة قلقة لبلد غاضب ومنقسم"، صحيفة العرب، العدد: 10595، 25/06/2016.

2. مارتن ماكجينيس وهاموند فيليب، "هل سيتمكن الإتحاد الأوروبي من تجاوز صدمة خروج بريطانيا"، صحيفة العرب، العدد: 10317، 25/06/2016.

الكتب اللغة الأجنبية:

1. Jan Melissen, "**The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice**", In : Jan Melissen, The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations, USA :PALGRAVE MACMILLAN,2005.
2. Michael Signer, DEMAGOGUE THE FIGHT TO SAVE DEMOCRACY FROM ITS WORST ENEMIES ,USA : PALGRAVE MACMILLAN,2009.

المقالات باللغة الأجنبية:

1. Harold D. Lasswell , "**The Theory of Political Propaganda**", The American Political Science Review, Vol. 21, No. 3 (Aug., 1927).

المواقع الإلكترونية:

1. المركز الديمقراطي العربي،"السيطرة على الاعلام الانجازات الهائلة للبروباغندا للمفكر: نعوم تشومسكي"، تاريخ الولوج: 2017/03/29، نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://democraticac.de/?p=44270>.
2. Alex Hunt & Brian Wheeler, "**Brexit: All you need to know about the UK leaving the EU**", accessed : 20/03/2017 , available at: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887>
3. Alastair Campbell, "**This slavish Brexit propaganda would make Pravda proud**", accessed : 21/03/2017, available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/mar/12/alastair-campbell-brexit-referendum-media-bias>



4. JEFFREY D. SACHS, " **The Meaning of Brexit**", accessed : 20/03/2017 , available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/meaning-of-brexite-by-jeffrey-d-sachs-2016-06>
5. NINA L. KHRUSHCHEVA, "**Direct Democracy Strikes Again**", accessed: 20/03/2017, available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/direct-democracy-fails-colombia-by-nina-l--khrushcheva-2016-10>
6. CHRIS PATTEN, " **A British Tragedy in One Act**", accessed: 22/03/2017 , available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/brexit-political-suicide-by-chris-patten-2016-06>
7. KENNETH ROGOFF, "**Britain's Democratic Failure** " , accessed : 27/03/2017, available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/brexit-democratic-failure-for-uk-by-kenneth-rogoff-2016-06>
8. ANATOLE KALETSKY, " **Reversing Brexit**" , accessed : 20/03/2017 , available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/reversing-brexit-referendum-by-anatole-kaletsky-2016-07>
9. HAROLD JAMES , " **Brexit Fudge**", accessed : 25/03/2017, available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/uk-post-brexit-relationship-eu-by-harold-james-2016-08>
10. ANATOLE KALETSKY, " **Brexit and King Canute**", accessed : 28/03/2017 , available at:  
<https://www.project-syndicate.org/commentary/eu-rising-national-democracy-by-anatole-kaletsky-2016-08>