

## إشكالات دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار Problems of the media's role in formulating public policy and decision-making

السعيد بومعيزة

كلية العلوم السياسية والإعلام – جامعة الجزائر

ملخص: تحاول هذه الدراسة البحث في العلاقة الجدلية بين الإعلام والسياسة في ظل التحولات الراهنة، و ما يمكن أن يقوم به الإعلام، نظريا، من دور في رسم السياسة العامة وفي صنع القرار؛ وما يقوم به فعلا على أرض الواقع. وتركز الورقة بالأساس على البحث في طبيعة إشكالات دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار، وهو موضوع يقع في حدود الاتصال السياسي الذي يُقصد به في هذا المجال، العلاقة بين الأنشطة الإعلامية ومحتوياتها للمؤسسات السياسية من جهة، والأنشطة السياسية ومحتوياتها للمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: السياسة الاعلامية، رسم السياسات، صنع القرار، فلسفة النظام الاتصالي، والمشاركة السياسية

**Abstract :** This study attempts to investigate the dialectical relationship between the media and politics in light of the current transformations, and what the media can play, theoretically, in the role in formulating public policy and in decision-making. And what he's actually doing on the ground.

The paper mainly focuses on researching the nature of the problems of the role of the media in formulating public policy and decision-making, a topic that falls within the limits of political communication that is intended in this field, the relationship between media activities and their contents for political institutions on the one hand, and political activities and their contents for media institutions on the other hand.

**Key words:** media policy, policy-making, decision-making, communication system philosophy, and political participation.

إشكالية الموضوع وأهميته

تدور إشكالية هذه المداخلة حول السؤال الجوهرى التالي: ما هي طبيعة إشكالات دور الإعلام في رسم السياسة

العامة وصنع القرار؟ ويقع موضوعها في حدود الاتصال السياسي الذي يُقصد به هنا العلاقة بين الأنشطة الإعلامية ومحتوياتها للمؤسسات السياسية من جهة، والأنشطة السياسية ومحتوياتها للمؤسسات الإعلامية من جهة ثانية. ولكن، يركز أساسا على 'أعلمة' (médiatisation) الحياة السياسية وعواقبها، وتحديد السياسة العامة وصنع القرار السياسي، وهو ما أسمينا بإشكاليات الإعلام.

وينصب اهتمامنا بخصوص دور الإعلام ، أساسا، في أخبار السياسة التي تبتث أو تنشر في وسائل الإعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمقروءة والالكترونية، ونستعمل الإعلام ووسائل الإعلام بصفة متبادلة. أما السياسة العامة فتشمل: قرارات الحكومة وأعمالها مثل سن القوانين وإصدار التنظيمات وتخصيص الاعتمادات واتخاذ المبادرات العسكرية ضد الدول الأخرى.<sup>1</sup> ونقصد بصنع القرار ذلك القرار السياسي المبني على الاختيار المدرك والواعي وعلى الحساب وليس على الاستجابة التلقائية واللاشعورية.<sup>2</sup>

من هذا المنظور، تجدر الإشارة إلى أن العلاقة بين السياسة والإعلام هي علاقة قديمة وفي تحوّل مستمر، لأن وسائل الإعلام تعتبر ضرورة ماسة لعمل أي نظام سياسي.<sup>3</sup> ولا يمكن، اليوم أكثر من أي وقت مضى، أن تعيش السياسة بدون الاتصال، أي وسائل الإعلام. ولهذا ينظر البعض إلى السياسة على أنها اتصال أساسا.<sup>4</sup> من جهة أخرى، فإن الثابت في العلاقة بين السياسة والإعلام هي ميزة الجدلية، لأن التأثير فيما بينهما متبادل.

إن الإعلام ( المحتويات الإخبارية في التلفزيون والإذاعة والجرائد والانترنت) يمكن، نظريا، أن يلعب دورا رئيسا في رسم السياسة العامة وفي صنع القرار السياسي عن طريق الأخبار والتحقيقات والتحريات، لأن من بين وظائف الإعلام الرئيسية تقديم المعلومات. فالإعلام يمكّن الناس من الاطلاع على القضايا المختلفة وإسماع صوتهم بخصوص بعض المسائل المصيرية وممارسة التأثير القوي إن إيجابا أو سلبا. أيضا، يساعد صناع السياسة على معرفة احتياجات الناس من جهة، والتعريف والتشهير بالجهود التي يبذلونها من جهة أخرى.

فالإعلام الحر والمستقل يستطيع أن يضمن حرية التعبير ويعزز الديمقراطية والحكم الراشد ويكافح

<sup>1</sup> - دوريس جرابر ودينيس ماكويل وبيب نوريس، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، ترجمة زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص. 295

<sup>2</sup> - إبراهيم حمادة بسيوني، دور وسائل الإعلام في صنع القرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1993، ص. 89

<sup>3</sup> - Gurevitch, M. and Blumler, J. (1979): "linkages between the mass media and politics: a model for the analysis of political communication systems", in J. Curran et al (eds): Mass Communication and society, Open University, London, pp.227

<sup>4</sup> - Deutsch, K. W. (1963). The nerves of government: Models of political communication and control . New York: Free Press of Glencoe.

ضد الفقر والجريمة والفساد، ويعلم الناس حول القضايا ويساعدهم على المشاركة في النقاش العام. إلا أن مثل هذا الدور للإعلام تراجع إلى حد بعيد وفي كافة بلدان العالم بما فيها البلدان الديمقراطية. وهذا سببه التحولات العميقة التي طالت قطاعي السياسة والإعلام والتي من أبرز خصائصها ضبابية الحدود الفاصلة بين الإعلام والسياسة والاقتصاد. فهذه الحدود صارت غير واضحة المعالم، كما كان الحال في السابق، نظرا للتداخل فيما بين عوالم الإعلام والسياسة والاقتصاد وتلاقي مصالح الفاعلين الأساسيين.<sup>1</sup>

فهذا التحول المستمر والمتسارع في العلاقة بين السياسة والإعلام أدى إلى ظهور تناقضات بين المتغيرات النظرية والممارسات الميدانية في علاقة الإعلام بالسياسة؛ كما أدى إلى بروز ظواهر أضفت تعقيدا أكثر على تلك العلاقة، مثل: أزمة الأحزاب السياسية وعدم الثقة في السياسيين، وظهور مواطنين أكثر تعقيدا اليوم، بفضل تعدد وتنوع مصادر معلوماتهم، وعزوفهم، خاصة الشباب، عن السياسة وعن الاهتمام بالشؤون العامة؛ وطغيان 'أعلمة' الحياة السياسية (médiation de la vie politique)، وسيادة المشهدية (Le spectacle) على المحتويات الإخبارية السياسية، وكذلك أثر تطور تكنولوجيات الاتصال المتجددة، والتي أصبح نفوذ مستخدميها في الميدان الإعلامي يشار إليه بالسلطة السادسة.

فهذه الظواهر السالفة الذكر تولدت عنها إشكالات متعددة أصبحت تميز دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار. وهي ذات الإشكالات التي ستحاول هذه المداخلة الوقوف عندها. ولعل أحد أبرز الإشكالات التي تستحق التنويه في المستهل، ذلك الذي يتمثل في الخلط بين ما يستطيع الإعلام القيام به في رسم السياسة العامة وصنع القرار السياسي وبين ما لا يستطيع فعله. فعندما نزيح هذا الإشكال جانبا سنتمكن بعدئذ تبيان تلك الإشكالات التي تعيق دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار.

وعليه، سنحاول، في هذه المداخلة، إعادة تأكيد أهمية الإعلام في العملية السياسية، ولكن من الزاوية التي نخدم طرحنا لهذه الإشكالية؛ ثم نعالج الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في رسم السياسة العامة وفي صنع القرار؛ ونركز، بصفة خاصة، على إثارة قضايا جوهرية تتعلق ببعض الإشكالات التي تتجسد عن طريق أعلمة الحياة السياسية، والتي يمكن أن تكون لها تضمينات في مسألة

<sup>1</sup>- Fuchs, C., Politics and the Mass Media, Source: [www.mdpi.org/entropy/process](http://www.mdpi.org/entropy/process).  
(02/03/2008)

التنظير لدور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار.

## أهمية الإعلام في العملية السياسية

« في النظرية الديمقراطية، يفترض في أخبار وسائل الإعلام أن تعمل كمصباحي المجتمع. ونحن نسافر عبر الزمان، فهما يضيئان ما يوجد أمامنا. وإذا عملا بصفة جيدة - ولا يدركنا النعاس أمام المقود- فيمكن أن لا يتجنب المجتمع المنحدر الشاهق وحسب، وإنما قد لا يتوجه نحو الطريق المسدود ويتجنب المخاطر. فالإعلام الجيد لا يستطيع تمهيد الطريق نحو المستقبل، ولكن يستطيع مساعدتنا في إيجاد طريق بدون ممهلات ».<sup>1</sup>

إن أهمية الإعلام في العملية السياسية ينظر لها، في واقع الأمر، بنظرتين متباينتين. إحداهما متفائلة ومفادها أنه لا يمكن لأي نظام سياسي أن يوجد بدون وجود نظام إعلامي. ويذهب البعض إلى حد اعتباره "قلب الحياة السياسية".<sup>2</sup> و تنتجلى أهمية الإعلام في العملية السياسية أساسا فيما يلي:<sup>3</sup>

- 1- قدرة وسائل الإعلام على إعطاء السياسيين جمهورا بحجم وبتشكيلة لا يمكن تقديمها بأية وسيلة أخرى.
- 2- علاقة الثقة والمصداقية التي تربط وسائل الإعلام بالجمهور.
- 3- أن الصلة وربما الوحيدة التي تربط بين الحكام والمحكومين هي وسائل الإعلام.

من هذا المنظور، فإن السياسي الذي يريد أن يتوجه إلى الجمهور يتوجب عليه أن يتفاوض مع وسائل الإعلام حول ما يلائمها كالتوقيت والصيغ واللغة وحتى محتوى اتصال السياسيين. ويذهب البعض

<sup>1</sup>-McManus, John H. Market -Driven Journalism: Let the Citizen Beware? Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.p.xi

<sup>2</sup> - Norris Pippa, «Campaign Communication», in Le Duc Laurence, Niemi Richard G and Norris Pippa (eds.) Comparing Democracies 2, Sage, London, 2002, pp.127-147

<sup>3</sup>- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام في المجتمع، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية، عدد.01، شتاء.2001 صص.51-67

الآخر إلى حد اعتبار أن شرعية ممارسة السلطة تكمن في القدرة على الاتصال عبر وسائل الإعلام.<sup>1</sup> في نفس السياق، كان (Lucien Pye) قد أشار، منذ مدة، إلى أنه في مجال السياسة تصبح لعملية الاتصال وظيفة رئيسية، والتي تتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

1- أن الناس يعتمدون على العمليات الاتصالية لتزودهم بالقدرة على فهم جوهر السياسة في أي وقت محدد.

2- أن عملية الاتصال تؤدي وظيفة تضخيمية بتكبير أفعال الأفراد ليتم التحسس بها في كل مجتمع، أي تحويل أفعال بحجم الشخص إلى أفعال بحجم المجتمع، والفرق بين الحياة الخاصة والعامة هو من فعل عملية الاتصال.

3- تزويد السياسة الجماهيرية بالعقلانية: أي أن الناس لا يمكنهم مناقشة أفعالهم المشتركة إلا إذا كان لديهم رصيد مشترك من المعرفة والمعلومات.

4- تحيط عمليات الاتصال أعضاء المجتمع علما وتكسيهم القدرة على ضرورة مساءلة دوافع أولئك الذين يبادرون بالأعمال السياسية.

وعليه، إذا كانت وسائل الإعلام تستطيع نظريا أن تقوم بالمهام المشار إليها أعلاه، وصارت تقتحم الحياة السياسية في أدق جزئياتها تقريبا، فإن مثل هذا الاقتحام لا يثير امتعاض المتفائلين بدورها، ولا يعتبرونه مرادفا بالضرورة لـ " الاستيلاء " على المؤسسات السياسية ( الحكومة والأحزاب والقادة والحركات ).

وعلى خلاف المتفائلين، فإن هناك المتشائمين بخصوص دور الإعلام في العملية السياسية ويصفون الاقتحام المشار إليه أعلاه بـ 'الأعلمة' وهي عملية تحمل تضمينات سلبية للغاية. والأعلمة أو (médiatisation) هي، في الواقع، ظاهرة تخص كافة النظم السياسية في البلدان الديمقراطية، وحتى بعض البلدان الانتقالية ولكن بدرجات متفاوتة وبصفات مختلفة.<sup>3</sup> ولقد اتخذت ظاهرة الأعلمة أشكالا مختلفة وتطورت بوتائر متنوعة، وأصبح من الصعب احتواؤها لأن وسائل الإعلام اكتست، نوعا ما،

<sup>1</sup> - Cotteret, J.-M. (1991): Gouverner c'est paraître [Governing is appearance]. Paris: Presses Uni-versitaires de France.

<sup>2</sup> - Lucien Pye (1963): Communication and Political Development, Princeton University Press, Princeton.

<sup>3</sup> - GIANPIETRO MAZZOLENI and WINFRIED SCHULZ, "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy?

Source: <http://www.ucm.es/info/compolit/Mediatization.pdf>. (17/02/2008)

صبغة الضرورة في الميدان السياسي. ولهذا، يلاحظ أنه بسبب التواجد الزمكاني الكلي لوسائل الإعلام فإن المبلغين السياسيين مجبرون على الاستجابة إلى قواعد وسائل الإعلام وأهدافها ومنطقيات إنتاجها ومعوقاتها.<sup>1</sup>

ومن بين مظاهر الأعلمة، ما يخص التحكم في الاتصال السياسي الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من المؤهلات المطلوبة من طرف المهنة السياسية. أيضاً، صارت الأحزاب السياسية مقتنعة بدور وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون في النشاطات السياسية المختلفة، ولهذا فهي حريصة على استعمال التلفزيون بإنصاف وموضوعية، سواء وقت الانتخابات أو الأحداث اليومية. وأضحت تدرك أن فشلها أو نجاحها قد يتوقفان على أدائها الإعلامي.

إن اقتحام وسائل الإعلام لميدان السياسة في العديد من البلدان الديمقراطية - وحتى الانتقالية - أدى إلى إثارة مخاوف لدى النقاد بسبب ما أسماه البعض " جمهورية وسائل الإعلام ( media-driven republic)<sup>2</sup>، حيث ستستولي وسائل الإعلام على وظائف المؤسسات السياسية في الدولة الليبرالية. ولو أن التمحيص في الواقع، برأي بعض المتفائلين، يكشف عن أن المؤسسات السياسية قد حافظت على وظائفها في الكثير من البلدان أمام قوة وسائل الإعلام وتأثيرها وتوسعها.

ومن بين المآخذ التي يقدمها المتشائمون بخصوص أعلمة العملية السياسية أنه مع تطور وسائل الإعلام، فإن السياسة، التي يفترض فيها أن تُعلم وتكشف وتفتح، باتت من الضروري بالنسبة إليها أن تسعى إلى جلب اهتمام رؤساء التحرير والمحققين والجمهور في بيئة متزايدة التنافس. اليوم، أصبح دور الإعلام يركز أساساً على ثقافة الفضائح التي تتمثل في إنتاج ونشر النقاش حول عناصر الفضيحة ولكنها لا تساعد على فهم سير الحكومات ولا السياسات العامة أو صنع القرارات. علاوة على ذلك، فإن ثقافة الفضائح لا تتوقف عند هذا الحد وإنما تعاود نشر هذه العناصر وتنتظر إليها من زاوية مختلفة كل يوم جديد، وفي كل يوم بثوب مختلف.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). Media logic. Beverly Hills, CA: Sage.

<sup>2</sup> GIANPIETRO MAZZOLENI and WINFRIED SCHULZ, Ibid.

<sup>3</sup> - Lull, J., & Hinerman, S. (Eds.) (1998). Media scandals: Morality and desire in the popular culture marketplace, Irving, NY: Columbia University Press.

ولكن، ينبغي التأكيد على أن وسائل الإعلام (بمختلف مظاهرها) تشكل عنصراً هاماً في البيئة والذي ينبغي على صناع السياسة والقرار أخذه بعين الاعتبار. لأن وسائل الإعلام لم تعد مجرد قنوات لنقل المعلومات وحسب، وإنما تلعب دوراً مجورياً، لأنها في بعض الأحيان تكون السبّاقة، قبل الساسة، في الإشارة إلى القضايا الهامة والحساسة التي تتحول فيما بعد إلى موضوع سياسة عامة وصنع قرارات.

### دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار

إن الإعلام في طرحنا هذا يعتبر متغيراً مستقلاً وكل من السياسة العامة وصنع القرار متغيراً تابعا، وعليه سنركز أساساً على كيف يؤثر المتغير المستقل في المتغير التابع. في الواقع، عندما نريد أن نعالج موضوع دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار ينبغي طرح سؤال جوهري: إلى أي نظرية فلسفية ينتمي النظام الإعلامي؟ ومن ذات السؤال تتفرع أسئلة أخرى على نحو:

- من يملك وسائل الإعلام؟
- كيف تُموَّل؟
- من يعين مديري التحرير؟
- هل المحتوى مراقب؟

فعلى ضوء مثل هذه الأسئلة والأجوبة عليها يتحدد الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في أي ميدان من ميادين الحياة اليومية، وتحديدًا في السياسة العامة وصنع القرار.

وحيثما نتحدث عن دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار فإننا، في واقع الأمر، نفترض أن وسائل الإعلام تساهم إيجابياً في هذين المجالين. ولكن مثل هذا الافتراض يعبر عن حالة مثالية أكثر مما هي واقعا. ولو أن مثل هذا الدور من حيث الأهمية أو عدم الأهمية، وكذا من زاوية الإيجابية أو السلبية، قد يختلف من بلد إلى آخر، وذلك باختلاف النظم السياسية.

إن أهمية وسائل الإعلام تكمن في قدرتها على التأثير في الرأي العام وتشكيله، وهذا عن طريق، مثلا، إعطاء القراء والمشاهدين معلومات حول القضايا التي تشغل بالهم. أيضا، بسبب اعتماد الحكومة عليها كأداة لمراقبة حالة الرأي العام، ولمعرفة القضايا التي يرى الجمهور العام أنه يتعين عليها معالجتها وكيف سيكون أداؤها. وعليه، فإن كل السياسيين المنتخبين أو المعيّنين يعرفون أنهم في حاجة إلى الجمهور العام، وبالتالي إلى وسائل الإعلام، لكي يبقوا في السلطة.

من هذا المنظور، تبقى العلاقة بين السياسيين والإعلاميين يميزها المد والجزر من حين إلى آخر، ولكن لا يستطيع أحد الطرفين الاستغناء عن الطرف الآخر. فبالنسبة للسياسيين ومستشاريهم تهمهم كثيرا التغطيات الإخبارية، حيث يعتبرون أنفسهم في تنافس يومي من أجل التأثير على إدراكات الناس والتحكم فيها بخصوص الأحداث والقضايا السياسية عن طريق وسائل الإعلام. في ظل هذه الظروف أصبح السياسيون يعتمدون أكثر فأكثر على أخصائي الاتصال لتخطيط حملاتهم الانتخابية وتحضير الاستجابات السريعة للأحداث اليومية ومتابعة توجهات الرأي العام عن طريق عمليات سبر الآراء والرد على تهجمات أو انتقادات الخصوم، الخ. ولكن الصحفيين واعون بهذا، وبالتالي فهم يفرضون أطهرهم التأويلية على تصريحات السياسيين ومبادراتهم التي يختزلونها إلى مجرد جمل أو عبارات قصيرة للغاية.

### السياسة العامة

" السياسة العامة يمكن أن تكون ميدانا مثبِّطًا بالنسبة للأكاديميين "

" Public policy can be a very frustrating field for academics "

<sup>1</sup>(Daphne Taras)

قبل التعرض إلى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في رسم السياسة العامة، يجدر بنا تسليط الضوء على مفهومها. إذا كان البعض يرى أن السياسة العامة هي ببساطة تعني " قرارات الحكومة وأعمالها مثل سن القوانين وإصدار اللوائح التنظيمية وتخصيص الاعتمادات واتخاذ المبادرات العسكرية ضد الدول الأخرى " <sup>2</sup>. إلا أن هناك باحثين يشيرون إلى الجدل الواقع حول مفهوم السياسة العامة والدائر بين النظرة الكلاسيكية والنظرة الحديثة.

إذ يرى بعض الباحثين أن " السياسة العامة كمفهوم تعتبر موضوع خلاف، والذي ينطوي على كل شيء حول خيار الحكومة وتنفيذها، أو دراسة مشاكل محددة. فميدان السياسة العامة شاسع يمكن أن

<sup>1</sup> - Daphne Taras, Public Policy: Choice, Influence, Evaluation.

Source: <http://www.iapr.ca/files/iapr/Daphne.pdf>. Published online: 7 July 2007, accessed: (25/02/2008 )

<sup>2</sup> - دوريس جرابر ودينيس ماكويل وبيب نوريس، سياسة الأخبار... مرجع سبق ذكره، صص. 295-296



يشمل توزيع الموارد (من يحصل على ماذا)، والهوية (هم مقابل نحن)، والسياسات غالبا ما تكون موضوع خلاف شديد خاصة عندما تتعلق بمجموعة من السيناريوهات الثابتة.<sup>1</sup> فمن وجهة النظر الكلاسيكية، لكي تكون السياسة سياسة عامة " يجب أن تكون ناتجة، بدرجة معينة، أو أنها عولجت داخل إطار التنظيمات والتأثيرات والإجراءات الحكومية."<sup>2</sup> ويقول آخرون أن " السياسات العامة تستطيع الاعتماد على الموارد العامة والإكراه القانوني بطريقة لا تستطيعها سياسات أخرى."<sup>3</sup>

في نفس السياق، يرى أحد الباحثين في السياسة العامة دورة، على النحو التالي: " تحديد الأجندا (التعرف على المشكل) وصياغة السياسة (اقتراح حل) وصنع القرار (اختيار حل) وتنفيذ السياسة (وضع الحل موضع التنفيذ) وتقييم السياسة (مراقبة النتائج) ".<sup>4</sup> بينما يقترح باحث آخر ثماني خطوات، كما يلي: " تحديد المشاكل، وتحليل السياسة، وأدوات السياسة، والمشاورة، والتنسيق، والقرار، والتنفيذ، والتقييم."<sup>5</sup>

أما النظرة الحديثة فتُعرّف بالمنظور التفاعلي، والذي يقول عنه أحد الباحثين ما يلي: " إن منظور التفاعل الهيكلي لا يفترض بأن هناك صانع سياسة فردي، يتصدى إلى مشكلة سياسة واضحة: فهو يركز على نطاق المشاركين في اللعبة، وتنوع فهمهم للموقف والمشكلة، والطرائق التي يتفاعل حسبها كل واحد مع الآخر، ونتيجة هذا التفاعل. وهو لا يفترض بأن نمط هذا النشاط جهد جماعي لتحقيق أهداف معروفة ومشاركة."<sup>6</sup>

وعليه، فبينما يقرر الرسميون الحكوميون، في نهاية المطاف، القضايا التي ستحظى بالمعالجة،

<sup>1</sup> - Daphne Taras, Public Policy..., op.cit

<sup>2</sup> - B W Hogwood and L A Gunn (1984): Policy Analysis for the Real World, Oxford: Oxford University Press, , cited in : Ibid

<sup>3</sup> - P Bridgman and G Davis(1998): Australian Policy Handbook (Sydney: Allen and Unwin, , cited in: Ibid

<sup>4</sup> - Howlett and Ramesh, Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems

<sup>5</sup> - Hogwood and Gunn, Policy Analysis..., op.cit

<sup>6</sup> - H K Colebatch (1998): Policy , Buckingham UK: Open University Press, p.108, cited in: What is Policy? Source: [www.ozpolitics.info/guide/phil/policy](http://www.ozpolitics.info/guide/phil/policy)

إلا أن هناك أطرافاً عديدة يمكن لها أن تلعب دوراً في تحديد فعل الرسميين الحكوميين مثل: جماعات المصالح والباحثين والأكاديميين والمستشارين ووسائل الإعلام والأحزاب السياسية والجمهور العام. وتأثير كل طرف يختلف من قضية إلى أخرى لكن تأثير وسائل الإعلام يبقى حاضراً بالنسبة لجميع القضايا تقريباً.<sup>1</sup>

فوسائل الإعلام تستطيع تبسيط السياسات العامة والقرارات المعقدة لكي يفهمها الناس. على سبيل المثال، في الإعلام السمعي-بصري تنقل أصوات الناس العاديين في الشارع وفي الحصص الحوارية والمكالمات الهاتفية والفاكسات والبريد الإلكتروني ويعلق عليها سياسيون أو خبراء.<sup>2</sup> وتتضمن السياسة العامة المراحل التالية المتعارف عليها من طرف أغلب الباحثين:

1- تصنيف المشكلة.

2- الصياغة.

3- تغيير الاختيار.

4- التنفيذ والإدارة.

5- التقييم.

ففي كل مرحلة من مراحل السياسة العامة يمكن أن يلعب الإعلام دوراً قد يكون إيجابياً وقد لا يكون كذلك. كما سنرى لاحقاً. وقبل الحديث عن هذا الدور يستحسن أن نتعرض بإيجاز، أيضاً، إلى عملية صنع القرار.

عملية صنع القرار

حل المشكلة وصنع القرار

إن عملية صنع القرار، برأي بعض الباحثين، مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحل المشكلة المطروحة. ويُحدّد حل المشكلة على أنه عملية تحديد الفرق بين الوضع الراهن والوضع المرغوب فيه ثم القيام بفعل لحل الاختلاف.<sup>3</sup> ويتضمن حل المشكلة الخطوات السبع التالية:

<sup>1</sup> - John W. Kingdon, The Great Media Debate: Public Policy and the Role of Media - Adapted from "Agendas, Alternatives, and Public Policies," source: [greenmediatoolshed.org/training/.../TheMediaDebate.adp](http://greenmediatoolshed.org/training/.../TheMediaDebate.adp)

<sup>2</sup> - نفس المرجع

<sup>3</sup> - David R. Anderson, Dennis J. Sweeny and Thomas A. Williams, An Introduction to Management Science: quantitative approaches to decision making, 10<sup>th</sup> edition, Thomson, London, 2003, p.3

1. تحديد المشكلة وتعريفها.
2. تحديد مجموعة الحلول البديلة.
3. تحديد المعيار أو المعايير التي ستستعمل في تقييم البدائل.
4. تقييم البدائل.
5. اختيار بديل.
6. تنفيذ البديل المختار.
7. تقييم النتائج لتحديد ما إذا كان حل مرضي قد تم تحقيقه.

ومصطلح صنع القرار له علاقة في العادة بالخطوات الخمس الأولى لعملية حل المشكلة. وعليه، فإن الخطوة الأولى في صنع القرار هي تحديد المشكلة وتعريفها. وصنع القرار يختم باختيار البديل، الذي هو فعل اتخاذ القرار.<sup>1</sup>

في نفس السياق، يوضح أحد الباحثين مدلول القرار، كما يلي: " الاختيار المدرك والواعي والقائم على أساس التحقق والحساب في اختيار البديل المناسب من بين البدائل المتاحة في موقف معين، ...فهو ليس الاستجابة التلقائية ورد الفعل المباشر اللاشعوري وإنما هو اختيار واعي وقائم على التدبير والحساب في تفصيل الهدف المراد تحقيقه والوسيلة التي ينبغي استخدامها".<sup>2</sup> وغالبا ما يميز، في رأي نفس الكاتب، بين أنواع القرارات، فهناك القرار السياسي الذي يتعلق بتصميم وتشكيل الهدف؛ والقرار الإداري الذي له علاقة بتنفيذ تلك الأهداف.<sup>3</sup>

كما أن هناك من يميز بين صنع القرار (decision making) واتخاذ القرار ( decision taking ). فصنع القرار يتضمن كافة المراحل التي من شأنها أن تقود إلى عملية اتخاذ القرار، في حين يعني اتخاذ القرار مرحلة الاختيار والتنفيذ في صناعة القرار.<sup>4</sup> إذن، تبقى عملية صنع القرار مجموعة من الخطوات الشاملة والمتسلسلة التي تهدف في نهاية المطاف إلى بلورة حل لمشكل بعينه، أو للتصدي إلى

<sup>1</sup> - Ibid

<sup>2</sup> - إبراهيم حمادة بسيوني، دور وسائل الإتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1993، صص.87-105

- انظر بخصوص القرار السياسي: يوسف تمار، أهمية المعلومات في عملية صنع القرار السياسي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد.18، جانفي-جوان 2004، صص.63-72

<sup>3</sup> - مؤيد عبد الحسين الفضيل، نظريات اتخاذ القرار: مدخل كمي، دار المنهج للنشر والتوزيع، عمان، 2004. ص.14

<sup>4</sup> - نفس المرجع.

حالات طارئة أو أوضاع محددة محتملة الوقوع أو لتحقيق أهداف مخططة.

## دور الإعلام

عندما نريد الحديث عن دور الإعلام ( وسائل الإعلام ) سواء في رسم السياسة العامة أو صنع القرار، لا بد من التمييز بين ما هو متصور على المستوى النظري وما هو موجود فعلا على مستوى الممارسات في أرض الواقع. أيضا، فإن دور الإعلام يختلف من قضية إلى أخرى ومن مرحلة إلى أخرى. من جهة ثانية، لا ينبغي أن نغفل طبيعة النظام السياسي الذي تعمل في ظلّه وسائل الإعلام. فدور الإعلام، من المسلمات، يختلف في المجتمع الديمقراطي عنه في المجتمع غير الديمقراطي، حتى وإن كانت هناك بعض المظاهر القليلة المتشابهة.

## ما تستطيع وسائل الإعلام فعله نظريا:

تقوم وسائل الإعلام بدور ذي وجهين: أولا، توفر المعلومات داخل العملية كمتغير مستقل يضاف إلى البيئات المختلفة (الداخلية والخارجية). في هذه الحالة، تعتبر محتويات وسائل الإعلام كمخلات ويستجيب الساسة وصناع القرار إلى الواقع المدرك كما بناه الإعلام ويأخذونه بعين الاعتبار. ثانيا، تكون وسائل الإعلام جزءاً من البيئة التي يحاول فيها صناع السياسة والقرار التأثير على قراراتها، وهنا تكون بمثابة مخرجات وبالتالي متغيرا تابعا. وهذا يعني أن الساسة الذين يعملون في بيئة تشمل وسائل الإعلام يتخذون قرارات لحل المشاكل ولكن في نفس الوقت من أجل تحسين صورتهم.<sup>1</sup>

وعليه سنبدأ بالوجه الأول لدور وسائل الإعلام ونشير إلى أن ما تستطيع وسائل الإعلام فعله في رسم السياسة العامة وصنع القرار يتوقف على طبيعة القضايا والمشاكل المطروحة من جهة، ومن جهة ثانية على كل مرحلة من مراحل رسم السياسات العامة وصنع القرار. وعليه، وعلى المستوى النظري، تستطيع وسائل الإعلام القيام بما يلي:

- يمكن أن يكون لوسائل الإعلام تأثير في مرحلة نشوء المشكلة بسبب تغطياتها الإخبارية وتحقيقاتها. حيث تقوم بإثارة اهتمام الجمهور وصانعي السياسة بالقضايا أثناء وقوعها. فكثير من القضايا لا تصل صناع السياسة إلا إذا أصبحت موضوعات لتحقيقات صحفية. لكن، ليس كل القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام تصل إلى صناع السياسة.

- تكمن أهمية وسائل الإعلام في توفير المعلومات لصناع السياسة والقرار، وذلك إذا ما توفرت بعض

<sup>1</sup> - Chanan Naveh, The Role of the Media in Foreign Policy Decision-Making: A Theoretical Framework. Source: conflict & communication online, Vol. 1, No. 2, 2002  
[www.cco.regener-online.de](http://www.cco.regener-online.de) (03/03/2008)

الشروط: تتطابق شكل المعلومات مع الموضوع، أو مع متطلبات السياسة أو القرار، وتتوافر في الزمن المرغوب فيه. فهذا يؤدي إلى تخفيض درجات عدم التأكد في عملية اتخاذ القرارات وتعزز درجات اليقين<sup>1</sup>.

- بعد رسم السياسة واتخاذ القرار يمكن أن يتحول اهتمام وسائل الإعلام من التركيز على المعلومات في حد ذاتها إلى التركيز على الكيفية التي استخدمت بها. أي تستطيع القيام بمساءلة صناعات السياسة والقرار حول عواقب ونتائج أفعالهم. وبالتالي، تساعد على خلق نوع من الشفافية في أعمال السياسة.

- تستطيع وسائل الإعلام أن تخلق فرصا للمشاركة في عملية رسم السياسة العامة وصنع القرار عن طريق تقديم المعلومات والبدائل المختلفة ووجهات النظر المتناقضة والتعبير عن مصالح الكثير من الأطراف. فبدون مثل هذه المشاركة سينظر إلى السياسات والقرارات على أنها غير شرعية ولن تعكس إرادة الناس وقيمهم<sup>2</sup>.

- تستطيع وسائل الإعلام عن طريق التمحيص والتدقيق في حيثيات السياسات العامة والقرارات أن تساهم سواء في نوعيتها من خلال تحقيق المشاركة من جهة، ومن جهة ثانية تقديم المعلومات الضرورية إلى الحكومة أو إلى مؤسسات أخرى، وبالتالي المشاركة في تحديد المشاكل وأسبابها والوقوف عند الخيارات الاستراتيجية البديلة؛ أو تؤدي إلى إعادة تقييم تلك السياسات والقرارات وتغييرها أو استبعادها.

- في كثير من الأحيان لا تنفذ السياسات وتصطدم عملية صنع القرارات بعقبات بسبب مقاومة بيروقراطيين أو ذوي المصالح والنفوذ. في هذه الحالة، يمكن لوسائل الإعلام أن تلعب دورا في كشفهم.

- تستطيع وسائل الإعلام المساهمة في تقييم نتائج السياسات العامة وعواقب القرارات المحتملة والتعريف بالأهداف والحكم على كفاءتها وفعاليتها. ونقل ردود الأفعال لدى المواطنين أو الجماعات المعنية ودرجات رضاهم. وكل هذا يمكن أن يؤدي إلى الحفاظ على السياسات المتبعة والقرارات المتخذة أو إلغائها والابتعاد عنها.

### ما تقوم به وسائل الإعلام فعليا

إن ما تقوم به وسائل الإعلام فعليا، وكمتغير مستقل- كمدخلات-، في مجال رسم السياسة العامة وصنع القرار يتجلى في آليتين أساسيتين: تحديد الأجندة ( Agenda Setting ) وتأطير الرسائل

<sup>1</sup>- سليمان رحال، نظم المعلومات وتسيير تدفقات المعلومات في المؤسسة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، صص. 33- 38

<sup>2</sup>- يوسف تمار، أهمية المعلومات..، مرجع سبق ذكره

( Messages Framing ). وسنحاول شرح هاتين الآليتين لتبيان دور وسائل الإعلام:

## 1- تحديد الأجندة

إن اهتمام الإعلام بقضية ما يؤثر على صنع القرار لأن صنّاع السياسة يدركون أن وسائل الإعلام تشكل الرأي العام ويريدون الرأي العام إلى جنبهم. وإذا كان يمكن للعديد من الأطراف المساهمة في إثارة قضية ما لتصبح موضوع سياسة عامة، لكن يبقى دور الرسميين الحكوميين والإعلام يحتل المرتبة الأولى. ومن بين الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام هو دور تحديد الأجندة الذي يؤثر حتما على السياسة العامة وصنع القرار.

وينحدر هذا الدور من كون وسائل الإعلام تمنح مرتبة إلى القضايا العامة والأشخاص والمنظمات والحركات الاجتماعية. وتشير الدراسات إلى أن المرتبة الاجتماعية للأشخاص أو السياسات العامة تزداد أهمية عندما تحظى باهتمام وسائل الإعلام، فهي تعطي هبة لسلطة الأفراد والجماعات وتعززها عن طريق شرعنة مرتبتهم.<sup>1</sup>

وبعبارات نظرية تحديد الأجندة الحالية فهي تعني أن هناك قضايا وأشخاصا لا يشغلون بال الجمهور ولا يكتسبون أية أهمية لديهم، ولكن عندما ينال هؤلاء قسطا كبيرا من التغطية الإعلامية وباستمرار يصبح هؤلاء مهمين في نظر الجمهور.

وعليه، إذا ما طبقنا هذه النظرية على السياسة العامة وصنع القرار يمكن أن نقول بأن دور وسائل الإعلام قد يكون حاسما في الفشل أو في النجاح. لأن السياسة أو القرار الذي لا يحظى بالتغطية الإعلامية الإيجابية، أو على الأقل الموضوعية، ولا يكون معروفا لدى الجمهور المعني، فلا ينال انخراطهم ولا تأييدهم ولا رضاهم. إذ يكفي لوسائل الإعلام أن تركز على أحد بنود السياسة العامة أو القرار وتشرع في انتقادهما وأكرسه معارضتها يوما بعد يوم، لكي يتم تعطيل هذه السياسة أو القرار أو التخلي عنهما نهائيا.

<sup>1</sup>-Ibid

- W. Dearing, Everett M. Rogers , Media Coverage and Decision Making in Washington ...  
Source :books.google.fr/books?isbn=0761905634... (02 /03/2008)

-The mass media's political agenda-setting power.. Source:  
tigger.uic.edu/depts/pols/PolComConf/Walgrave.pdf - (02 /03/2008)

## 2- تأطير الرسائل

تشير دراسات تأطير الرسالة إلى أن تقديم المشاكل سواء ككسب أو كخسارة يؤثر على القرارات.<sup>1</sup> لأن سياق المعلومات (إطار الرسالة) قد يزيد من إدراك شيء ما أو عدم إدراكه. على سبيل المثال الرسالة المؤطرة سلبيا كأن تؤكد على التكاليف الباهضة لسياسة معينة أو قرار محدد تؤثر على إمكانية نجاح مشروع ما.

وتتم عملية تأطير الرسائل عن طريق تحويل وسائل الإعلام طبيعة الأحداث عن طريق صيغ تشكل منظورات إيديولوجية أو قيمية، وهذه قد تكون انعكاسا للسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية أو لتفضيلات الصحفيين؛ وعليه، يتم تركيز الإعلام على الخط الافتتاحي، والرموز، والمقولات المهمة والصور التي تعكس الواقع حسب منظور معين دون آخر. وهنا يكمن دورها في التأثير على نجاح السياسات العامة والقرارات أو فشلها. لأن وجهة نظر الفرد بخصوص القضايا الوطنية تتغير بسبب طريقة تأطيرها من طرف الأخبار، خاصة التلفزيونية.<sup>2</sup>

وعليه، فإن نجاح سياسة عامة معينة وقرار محدد يتوقف على مدى استقلالية وسائل الإعلام وحيادها وموضوعيتها، فإذا كانت كذلك فإنها سوف تنقل المعلومات بدقة وبشمولية وتقدم تفسيرات وشروحات وخلفيات للتمكين من فهم الأهداف، وتساعد على المشاركة الواسعة من طرف الأطراف المعنية والمواطنين عموما. أما إذا كانت غير كذلك فإن دورها إن

لم يعمل على إثقالها فسوف لن يساعد على نجاحها. وهذه الملاحظة الأخيرة ستتجلى أكثر في تعرضنا

<sup>1</sup> - Rothman, A.J., Salovey, P., Antone, C., Keough, K., & Martin, C. D. (1993). The influence of message framing on intentions to perform health behaviors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 29, 408-433. cited in: Wanda Siu, Media Message Judgment and Decision Making: Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) Online Publication Date: March 13, 2007) *Journal of Media Psychology*, Volume 12, No. 1, Winter 2007. (04 /03/2008)

<sup>2</sup> - Iyengar, S. 1994. "Television News and Citizens' Explanations of National Affairs." In Graber, D. (ed.), *Media Power in Politics*. 3rd ed. Congressional Quarterly Press. p.141

إلى إشكالات دور وسائل الإعلام في السياسة العامة وصنع القرار، أي أعلمة السياسة وعواقبها على السياسة العامة وصنع القرار.

### إشكالات دور الإعلام في السياسة العامة وصنع القرار

«إن دلالة الألفاظ يُحسب لها. فالأفكار والكلمات والمفاهيم تعمل على تحرير الفعل. سأخذ صورة. إن الاتصال بالنسبة للفعل هي بمثابة الطيران بالنسبة لجيش المشاة. يجب أن يمر الطيران من قبل لكي يستطيع جيش المشاة الخروج. إننا نبدأ الفعل بعد أن نكون قد ربحنا معركة الاتصال. منذ خمسة وعشرين سنة مضت كنا نقوم بالفعل ثم نتصل؛ اليوم كل شيء تغير، إننا نقوم بالفعل بعد أن نكون قد اتصلنا وجعلنا أنفسنا مفهومين»<sup>1</sup>.

إننا نقصد بالإشكالات في هذه المداخلة مجموع الممارسات الإعلامية التي أصبحت تميز وسائل الإعلام على النطاق العالمي بخاصة في البلدان الديمقراطية والتي بسببها أصبح النقاد يشيرون إلى غياب إعلام جيد يلبي حاجات المواطنين الحقيقية. وهذه الممارسات هي التي تجعل وسائل الإعلام لا تلعب دورا فعالا وإيجابيا في السياسة العامة وصنع القرار. وتتلخص هذه الممارسات فيما اصطلح على تسميته بـ ' أعلمة ' الحياة السياسية.

### La Médiatisation de la Vie Politique

### أعلمة الحياة السياسية

إن عملية أعلمة الفاعلين السياسيين والأحداث والخطابات السياسية هي اتجاه رئيس في سنوات التسعينيات من القرن الماضي في جميع البلدان تقريبا ولو بدرجات متفاوتة. وهي ظاهرة قديمة تعود إلى

<sup>1</sup> - Sarkozy Nicholas ( Ministre de l'Interieure) dans une interview à « l'Express » du 17 /11/2006

«La sémantique, ça compte. Les idées, les mots, les concepts servent à déverrouiller l'action. Je prends une image. La communication est à l'action ce qu'est l'aviation à l'infanterie. L'aviation doit passer pour que l'infanterie puisse sortir. C'est lorsqu'on a gagné la bataille de la communication qu'on peut commencer à agir. Il y a vingt-cinq ans on agissait puis on communiquait ; à présent tout a changé, c'est parce qu'on a communiqué et qu'on s'est fait comprendre qu'on peut agir».



زمن ظهور التلفزيون ولكنها تسارعت مع توسع الأنظمة الإعلامية وتنجيرها وعصرنة السياسة. إن مصطلح الأعلامه ينطوي على عواقب تطور وسائل الإعلام الحديثة. ويتميز هذا المصطلح عن مصطلح الوساطة الذي يشير بمعنى محايد إلى أية أفعال التدخل أو التبليغ أو التوليف بين عدة فاعلين وجماعات محلية ومؤسسات ( كالحزب والمدرسة والمسجد، الخ).<sup>1</sup> وبحسب رأي الباحثين، فإن السياسة المؤلمة هي السياسة التي فقدت استقلاليتها وأصبحت تابعة في وظائفها الأساسية إلى وسائل الإعلام. وفرضية السياسة المؤلمة تقوم على أساس ملاحظات: كيف تنتج وسائل الإعلام المحتوى السياسي وتدخل في العمليات السياسية. ولهذا أصبح النقاش حول هذه الظاهرة يتلخص في بعض التوصيفات التالية: حكم الفيديو أو الصورة، والديمقراطية الإعلامية وحتى الانقلاب الإعلامي، الخ. فكل هذه التوصيفات تُعبر عن التخوف من التطورات غير السلمية للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة.<sup>2</sup> فمن مظاهر الأعلامه في الحقل السياسي، أن حولت وسائل الإعلام العملية السياسية إلى مشهد للفرجة يقوم على معارك الصورة، والصراع بين الشخصيات، وسبر الآراء وفن التسويق السياسي، وجميع حِمِ الصحافة التي تحولت إلى تجارية في مظهرها وبصفة متزايدة، فكل ذلك قلص، إن لم يعوض بالكامل، النقاش حول الأفكار والمثّل والقضايا ومصالح الناس وقللت من أهمية الناخبين من خلال معاملتهم ليس كمواطنين وإنما كمستهلكين سلبيين للسياسة الوسائطية. أيضا، يقوم الإعلام بمسرحة الفعل السياسي وإفراغه من محتواه، بمعنى أن الفعل السياسي الحقيقي أصبح يفتقر إلى القضايا والبرامج الحقيقية. وأصبحت المهارات والتقنيات المسرحية الشخصية ( الإبهار والترفيه والتأثير والتنويم ) تكتسي الأولوية، ومرتبطة أكثر فأكثر بالصورة التي كونتها وسائل الإعلام في الأساس على يد خبراء التسويق والعلاقات العامة والإعلان وأمراء الدعاية ( Spin Doctors) - السلطة الخامسة-؛<sup>3</sup> فكل هؤلاء مسئولون عن الظهور والاستراتيجيات والصور.<sup>4</sup> وتفوقت السياسة المشخصنة على السياسة الحزبية، حيث يلاحظ تغير في دور الأحزاب السياسية

<sup>1</sup> - GIANPIETRO MAZZOLENI and WINFRIED SCHULZ, ...op.cit.

<sup>2</sup> - Ibid

1- انظر: السعيد بومعيرة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، جانفي-جوان 2004، صص. 87-115

<sup>4</sup> - Fuchs, C. (2003). The role of the individual in the social information *Entropy* 5 (1), 34–60. Source: www.mdpi.org/entropy process. (02 /03/2008)

التي تحدد وتقدم نفسها من خلال الوجوه القيادية الممثلة في وسائل الإعلام. فالاستراتيجيات ذات المدى البعيد لم تعد مهمة بالنسبة لوسائل الإعلام مما أدى إلى فقدان أهمية الأحزاب في السياسة. كما أصبح الزمن السياسي يخضع للزمن الإعلامي<sup>1</sup> فزمن العملية السياسية أطول بكثير من زمن وسائل الإعلام، لأن الأخبار تعتبر ذات قيمة لزمن قصير جدا فقط في عالم الإعلام. فصارت الأحزاب السياسية توجه سياستها وفق الزمن الإعلامي؛ وبالتالي فهي موجهة حسب استراتيجيات سياسية ذات مدى قصير. وتقدم وسائل الإعلام السياسة إلى المشاهدين كتدفق سريع الذي لا يشمل عملية دائمة، وإنما يشكل في حد ذاته مجرد تصفيف (juxtaposition) لأحداث ولموضوعات فردية مستقلة نسبيا التي سيتم نسيانها في زمن قصير جدا.

لقد شوهدت وسائل الإعلام العملية السياسية عن طريق تحويل السياسة إلى لعبة التي تهين كرامة المواطنين وحقوقهم وتسخر من أقوال القادة السياسيين وأفعالهم.<sup>2</sup> حيث أصبحت التغطية السياسية في وسائل الإعلام تتركز بصفة متزايدة على تبسيط العمليات السياسية المعقدة. بمعنى أنها تفضل طغيان الصورة والشخصنة والتقارير الموجزة والتصريحات المثيرة؛ وكذلك توسيع درجة الترفيه من خلال إدماج موضوعات تطغى عليها الدراما والفضيحة والجنس والانفعالات؛ وصنع إشكاليات مما هو ليس إشكالا أصلا؛ والتخويف مما هو ليس مصدرا للخوف؛ والتركيز على الأمثلة الفردية والأشخاص الخاصين، والصراع والمشاهير وتأثير المفاجآت.<sup>3</sup>

فالأخبار السياسية تدور حول الشخصيات أكثر مما تعالج إيديولوجيات هذه الشخصيات. كما يلاحظ، في رأي أحد الكتاب، أن " الكلاب تتبح وراء الأشياء الخاطئة، كالبحث عن الفضائح في الحياة الخاصة للسياسيين وأسرهم، ولكن يتم إغفال العواقب السلبية لسياساتهم ".<sup>4</sup> لقد أصاب الإعلام في محتواه عدوى تقنيات إنتاج الحصص الترفيهية، والانشغال بالطلب )

<sup>1</sup> - انظر في هذا الشأن عبد الرحمان عزي، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي: قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، المستقبل العربي، العدد 321، نوفمبر 2005.

<sup>2</sup> - Entman, R. M. (1989). Democracy without citizens: Media and the decay of American Politics. New York: Oxford University Press. In GIANPIETRO MAZZOLENI and WINFRIED SCHULZ, ...op.cit.

<sup>3</sup> - The Role of Mass Media in the Crisis of Contemporary Democracy and in the Context of Globalization. Source: [www.fisd.ro/art/Massmedia\\_en.pdf](http://www.fisd.ro/art/Massmedia_en.pdf) - (17/01/2008)

<sup>4</sup> - Agner Fog, The supposed and the real role of mass media in modern democracy Working paper, 2004-05-20. Source: <http://www.agner.org/cultsel/mediacrisis.pdf>. (17/01/2008)

البرنامج الذي يحقق أكبر عدد ممكن من المتفرجين) أكثر من العرض. وعليه، فإن أية سياسة عامة وأي صنع قرار يتوجب عليه إدماج أو إعداد استراتيجية اتصالية إذا ما أريد له النجاح. أي، أساسا، تحديث تقنيات إنتاج وإخراج صور الأخبار السياسية وفاعلها، بعبارة أخرى إضفاء طابع المشهدية على الفعل السياسي (La Spectacularisation du Politique)<sup>1</sup>.

## خلاصة

لقد حاولنا من خلال هذه المداخلة إبراز طبيعة العلاقة الجدلية بين الإعلام والسياسة في ظل التحولات الراهنة، وبيّنا كيف أن دور الإعلام تغير عمّا كان عليه في الماضي، مما دفع بالسياسة إلى تبني استراتيجيات جديدة لمسايرة تطور الإعلام.

وأظهرنا، كذلك، ما يمكن أن يقوم به الإعلام، نظريا، من دور في رسم السياسة العامة وفي صنع القرار؛ وما يقوم به فعلا على أرض الواقع، وهذا من خلال آليات واستراتيجيات تستجيب إلى الظروف التي أصبح يعيشها الإعلام في الوقت الراهن. والهوة تبدو شاسعة بين المتغيرات النظرية والممارسات الميدانية.

لكن، سيبقى أي تناول لدور الإعلام في رسم السياسة وصنع القرار، يتعين عليه الأخذ بعين الاعتبار بعض المتغيرات الأساسية كفسفة النظام الاتصالي، وحرية التعبير، والمشاركة السياسية، وشرعية الساسة، والتطور التكنولوجي، والثقافة السياسية لدى الأحزاب، الخ.

وتجدر الملاحظة في الأخير إلى أن مثل هذا الملتقى يكتسي أهمية كبرى وعلى أكثر من صعيد، فعلى الصعيد الذي يعني هذه المداخلة سيوفر، دون أدنى شك، فرصة لإثارة بعض الإشكاليات التي سيتولى الباحثون النظر فيها ويثرون هذا المجال بالمعطيات والبيانات. لأن هناك فقرا حقيقيا في دراسات وأبحاث دور الإعلام في رسم السياسة العامة وصنع القرار، وهذا ليس في البلدان الانتقالية وحسب، وإنما حتى في البلدان المتقدمة تكنولوجيا.

<sup>1</sup> - Antoine Frédéric, Lite Marc, Desterbeck Joëlle, Sepulchre Sarah, Delwit Pascal, Benoît Pilet Jean, de Decker Nicholas, La Spectacularisation des Personalités Politiques dans les Programmes de Télévision de la Communauté Française, Février, 2006, Etude commandée par le Parlement de la communauté française et le conseil supérieur de l'audiovisuel, Observatoire du Récit Médiatique, Bruxelles.