

الإعلام الحكومي وتنمية القيم الديمقراطية لدى الفرد العراقي
أ.م.د. علي عبد الهادي عبد الأمير

المستخلص

يمثل الإعلام الحكومي إحدى الأدوات الفاعلة في تشكيل الرأي العام، وإضفاء الشرعية على النظام السياسي القائم وبناء الصورة الإعلامية للحكومية بالتركيز على ما تسعى إلى تحقيقه خدمة للصالح العام، وتحقيقاً لمصلحة الجمهور الذي يعتمد على ما تقدمه وسائل الإعلام الحكومية من معلومات في اتخاذ قراره، وممارسة حقوقه السياسية، ولأجل التعرف على ماهية الدور الحكومي، وأهم الوظائف والأدوار التي يمارسها كما أشارت إليه النماذج العلمية الحديثة، فقد جاء هذا البحث بهدف التعرف على الإعلام الحكومي ودوره المؤثر في نشر الوعي والمعرفة، وأهم الآليات التي يعتمدها في التواصل مع الجمهور. وصولاً إلى صياغة نموذج يمكن أن يستخدم من قبل المؤسسات الإعلامية الحكومية على اختلاف أنواعها في بناء رسائلها الاتصالية .

الكلمات المفتاحية: الإعلام الحكومي، الديمقراطية

Government Media and Development of Democratic Values for the Iraqi

Individual

ABSTRACT:

The government media represents one of the effective tools in shaping public opinion and legitimizing the existing political system, as well building the media image of the government by focusing on what should seek to achieve in the service of the public interest and in the interest of the public, which depends on the information provided by the government media in making its decisions and exercising its political rights, thus, in order to identify the nature of the government role and the most important functions and roles it exercises as indicated by modern scientific models. This research came with the aim of identifying the government media and its role in influencing the dissemination of awareness and knowledge, and the most important mechanisms it adopts in communicating with the audience. In order to formulate a model that can be used by Governmental media institutions of all kinds in building their communication messages.

Keywords: Government Media, Democracy.

مقدمة

يؤدي الإعلام دورًا مميزًا في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إذ يمارس دورًا توجيهيًا للأفراد والجماعات، ويعبر عن سياسية القائمين على السلطة وتصوراتهم لجميع القضايا والأزمات التي تبرز على الساحتين المحلية والدولية، وبالنظر إلى بناء الرسالة الاتصالية للإعلام الحكومي نجد أنها رسالة تحمل دلالات إقناعية ورموزًا تهدف إلى إحداث تأثيرات محددة في نفسية المتلقي تجعله يعتنق الفكرة المطروحة ويتبناها في اتخاذ قراره. ففي ظل التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة وسهولة استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وطغيان كمية المعلومات المنتشرة عليها التي تتميز بأنها تتجاوز حدود الرقابة أحيانًا، وتنتقد ما مطروح من أفكار لتحقيق أهداف من يتبناها، ويسعى إلى ترسيخها في ذهن المستقبل. ظهرت تحديات للإعلام الحكومي الذي تتمثل وظيفته الأساسية في بناء خطاب إعلامي يعبر عن فلسفة الحكومة وقضاياها، ويعكس صور إيجابية عن آليات تنفيذها لبرنامجها وما سيحققه للفرد كوحدة أساسية يؤثر ويتأثر في الوسط والجماعات التي ينتمي إليها. لذا فقد تناول هذا البحث موضوع الإعلام الحكومي وتأثيراته، وكيف تسهم رسائله الاتصالية في إقناع الجمهور بالإصلاحات السياسية والتوجهات الحكومية، وما تسعى إلى تنفيذه، وما تتخذه من قرارات تسهم في تحقيق الصالح العام. وأهم النماذج التي ذكرتها الأدبيات العلمية ومحاولة صياغة نموذج يمكن الاستفادة منه في تعزيز دور الإعلام الحكومي في نشر وتعزيز المبادئ الديمقراطية لدى الجمهور المستهدف. وتقديم خاتمة تتضمن خلاصة لدور الإعلام في تبني حق المعرفة ونشر المعلومات بما يسهم في كسب الرأي العام وتحقيق شرعية النظام السياسي القائم.

أولاً- مشكلة البحث:

تعد صياغة المشكلة البحثية من الخطوات المهمة؛ لأنها تتطلب التحديد والوضوح والاختصار وتتضمن مجاله ومحتواه وأهمية الموضوع ونوع البحث الذي يقوم به الباحث وهو أمر يتطلب معرفة واسعة وتحليلاً منطقياً⁽¹⁾ وهذا يتحقق من خلال تعامل الباحث مع كافة مصادر المعرفة وأوعية المعلومات يضمنها قواعد البيانات التي أصبحت المرتكز الأساسي في البحث العلمي خاصة مع الثورة المعرفية في عصرنا الحالي فهي تتيح للباحثين الحصول على معلومات كمية ونوعية هائلة عن موضوعات البحوث⁽²⁾. وتوصف المشكلة البحثية بأنها (عبارة عن قضية أو ظاهرة أو موضوع يحتاج إلى دراسة وتعمق لفهم طبيعة العناصر المكونة لها لغرض بناء علاقات مبدئية بين تلك العناصر ومن ثم إعادة صياغتها بصورة علمية بناءً على نتائج الدراسة واختبار العلاقات⁽³⁾)، لذا فقد تمت صياغة مشكلة البحث الحالي على شكل تساؤل رئيس وهو (ما هو دور الإعلام الحكومي في تعزيز القيم الديمقراطية في المجتمعات عامة والمجتمع العراقي بشكل خاص؟).

ثانياً - أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في عدد من النقاط، هي:

1. يمثل البحث إضافة في مجال الدراسات المتعلقة بالإعلام الحكومي في نشر المعرفة، وتزويد الرأي العام بالمعلومات التي تمكنه من اتخاذ القرار في المجالات السياسية، وممارسة حقوقه وحرياته بالشكل الذي يحقق مستوى مقبولا من المشاركة السياسية والمساهمة في صناعة القرار.
2. تقديم رؤى وأفكار مختلفة بشأن دور الإعلام الحكومي في صناعة خطاب إعلامي مؤثر في المتلقي، وأهم النماذج التي عالجتها أدواره الوظيفية في صناعة الرسالة الاتصالية وأهم ميكانزمات الإقناع المعتمدة.
3. يعد البحث الحالي نقطة انطلاق جديدة لإجراء دراسات أخرى مماثلة في المجال الإعلامي والاجتماعي.

ثالثاً - أهداف البحث:

1. التعرف على تأثيرات الإعلام الحكومي وأهم أهدافه التي يسعى إلى تحقيقها في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة.

2. بناء نموذج اتصالي يمكن توظيفه من قبل مؤسسات الإعلام الحكومية الرسمية في بناء خطابها الإعلامي.

رابعاً - نوع البحث ومنهجه :

إن هذا البحث من البحوث الوصفية. ويعرف البحث الوصفي على أنه دراسة الواقع أو الظاهرة الموجودة في الواقع و يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها، أو تعبيراً كمياً فيعطينا وصفاً رقمياً مع بيان مقدار هذه الظاهرة وحجمها ودرجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى. فلا يقتصر حدود المنهج الوصفي على وصف الظاهرة وجمع المعلومات عنها بل لا بُدَّ من تصنيف هذه المعلومات وتنظيمها والتعبير عنها كمّاً أو كيفاً. والهدف من تنظيم المعلومات وتصنيفها هو مساعدة الباحث في الوصول إلى استنتاجات وتعميمات تسهم في فهم الواقع وتطويره.⁽⁴⁾ وقد تمت الاستعانة بالمنهج المسحي الذي يعرف على أنه (أسلوب في البحث، يتم من خلال جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة ما أو حادثة ما أو شيء ما أو واقع، وذلك بقصد التعرف إلى الظاهرة التي ندرسها وتحديد الوضع الحالي لها، والتعرف إلى جوانب القوة والضعف فيها من أجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع، أو مدى الحاجة لإحداث تغييرات جزئية أو أساسية فيه).⁽⁵⁾

أولاً: الإعلام الحكومي صناعة الخطاب والتأثير

يمثل الإعلام شرطاً ضرورياً لأي عملية تحديث سياسي، والتي بدورها تعكس حجم العلاقة بين الدولة والمجتمع من جهة وبين النخبة والجماهير من جهة ثانية من خلال نشر المعلومات بشأن الأحداث والوقائع التي تشهدها الحياة اليومية بالدرجة التي تحقق المصادقية وتقود إلى الترابط بين السلطة والمجتمع.⁽⁶⁾ ولقد شاع استخدام مفهوم الإعلام الحكومي الذي يعني التوظيف السياسي للإعلام في عملية تشكيل الرأي العام بما يقود إلى دعم سياسية النظام واختياراته والتعبئة⁽⁷⁾، فهو أحد الأدوات الأساسية في صناعة صورة الحكومة الإعلامية ودورها في قيادة المستقبل السياسي للبلد بنجاح وتحقيق إنجازات فاعلة على المستويات الداخلية والخارجية خاصة ما يتعلق بالوفرة الاقتصادية وتحقيق الاستقرار السياسي. ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى أن فلسفة الإعلام الحكومي قائمة على تبني سياسة إعلامية مبنية على تخطيط رشيد قادرة على تحقيق الأهداف المرسومة تستهدف صناعة وعي سياسي لدى الجماهير، يُسهم في تحقيق أجواء من المشاركة الإيجابية وتبني القضايا التي توجه لها الرسائل الاتصالية. فالسنوات القليلة الماضية شهدت العديد من المتغيرات التي سرّعت اعتراف العديد من الدول والحكومات بالدور الأساسي للإعلام في حياة الجمهور، كونه أصبح شريكاً رئيسياً في ترتيب أولويات اهتمامنا، ومؤثراً على إصدارنا للأحكام في القضايا والأمور المثارة في مختلف دوائر الاهتمام المحلي والإقليمي والدولي، وأصبح الجانب الأكبر من تصوراتنا عن العالم المحيط بنا من صنع الإعلام ووسائله التي زادت من قدرتها على التأثير في أفكارنا وآرائنا وقيمنا، إضافة إلى مسؤوليتها عن تنمية وعينا وتطوير قدراتنا على الانتقاء والاختيار والحكم السليم.⁽⁸⁾ وهذا يتماشى مع مفهوم النشاط السياسي للفرد الذي يمثل الوحدة الأساسية للمجتمعات برمتها والذي يتمثل بشعور الفرد بإمكانية التغيير السياسي والاجتماعي، وإنه كمواطن يمكنه أن يمارس تأثيراً في المساهمة بالتغييرات السياسية والاجتماعية، التي يمكن أن تتم بجهوده والتعاون مع الآخرين.⁽⁹⁾ وهذا ما يعزز من دور الإعلام الحكومي في صناعة خطاب إعلامي مقنع ومؤثر قادر على تحقيق مستوى معرفي يسهم في صناعة القرار لدى الرأي العام، وممارسته لحقوق السياسية في الاختيار والتصويت خاصة إذا ما علمنا بأن نظم الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام السياسي تظهر بصورة جلية في أحداث الانتخابات النيابية، والتصويت على القرارات التي يمكن أن تسهم في تحديد الخيارات السياسية لأي بلد مثل الاستفتاء على الدستور بوصفها آلية تمارس على قدر واسع بفعل عوامل التغيير السياسي الذي تشهده البلدان. حيث تبرز لدينا نظرية أخرى تعالج الواقع السياسي وتسهم في صناعة أحداثه من خلال الخطاب

الإعلامي الحكومي، وصناعة التأثير الذي يسهم في بناء الأجندة للجمهور المتلقي، فالمشاهدون لا يعلمون فقط من وسائل الإعلام ما يحدث ولكنهم يتعلمون كيف يمنحون أهمية لموضوع ما وفقاً لحجم الاهتمام الذي تبديه وسائل الإعلام لهذا الموضوع وحجم المعلومات التي تحتويها القصص الإخبارية المقدمة عن هذا الموضوع⁽¹⁰⁾. وبالنظر إلى الدور الأساسي للإعلام الحكومي بمختلف وسائله نجد أنه يعمل على تعبئة الجمهور وإلهامه بالفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي بما يدفعه نحو التطور والإبداع عن طريق تخصيص مساحات جيدة سواء من (الوقت أو المساحة) للرسالة الإعلامية التي تحمل مضامين قادرة على التنقيف السياسي للمواطن وتنشئته سياسياً بما يسهم في نجاح محاولات الإقناع المتتالية، وتهيئة المناخ السياسي لتحقيق الانفتاح بين القادة وال جماهير⁽¹¹⁾. وهذا الأمر بدوره يعكس طبيعة الثقافة السياسية السائدة في المجتمع التي يعمل الإعلام الحكومي على تعزيزها ونشر الوعي بها، فأحدى الطرق الخاصة لوضع خريطة لثقافة الأمة السياسية هي وصف توجهات المواطنين على المستويات الثلاثة للنظام السياسي وهي النظام والعملية السياسية، والسياسة⁽¹²⁾.

على مستوى النظام: تهتم بتوجهات نظر المواطنين والقادة المتعلقة بالقيم والأنظمة التي تجعل النظام السياسي يتماسك، وبطريقة انتخاب القادة وطاعة المواطنين للقانون.

على مستوى العملية السياسية: ينصب اهتمامها على ميول المواطنين للمشاركة في العملية السياسية، مثل التقدم بمطالب، وتأييد بعض الجماعات ومعارضة جماعات أخرى، والمساهمة بمختلف الصور.

على المستوى السياسي: تتناول مدى معرفتنا بماهية السياسات التي يتوقعها المواطنون والقادة من الحكومة، وما الأهداف التي يجب وضعها وكيف تتحقق؟. وهذا ما يدفعنا إلى القول بأن الإعلام الحكومي مسؤول عن صياغة خطاب قادر على إحداث التأثير الإقناعي الهادف في نفوس الجماهير، بحيث تتبنى فلسفة النظام السياسي وتمارسه حقوقها السياسية بشكل متكامل، وتعزيز الممارسات السياسية، وكسب الرأي العام أثناء الأزمات السياسية والتي تعد بمثابة أداة اختبار لفعل الإعلام الحكومي وتأثيره.

ثانياً: أدوار الإعلام الحكومي في تعزيز حق المعرفة

ثمة علاقة بين الإعلام الحكومي وآلياته ووسائله وأجهزته، وبين مستوى المعرفة التي يحققها للجمهور، وكيف يعمل على نشر الوعي والمعرفة التي تُسهم في تكوين رأي عام مستنير، قادر على الحكم على صواب تصرفات النظام السياسي القائم في تبنيه للسياسات العامة المساهمة في بناء الدولة وتحقيق الإصلاح السياسي المنشود. وعلى الرغم من أن الإعلام الحكومي يخضع لفعل القوى السياسية التي تضع القوانين والتشريعات التي تعمل في إطارها المؤسسات الإعلامية، إلا أنه يختلف عنها بدوره الأساسي في نشر المعرفة للرأي العام بوصفها من حقوقه الأساسية، إذ يوصف هذا الحق بأنه حق الإنسان في أن توفر له الدولة شتى السبل الملائمة لتتدفق من خلالها المعلومات والآراء والأفكار ليختار من بينها وفقاً لإرادته الحرة، وعليها أن تحمي نفاذه الميسر إليها بعيداً عن تدخلها أو تدخل الغير الذي من شأنه إعاقة أو الحد أو الانتقاص أو منع تمتعه بهذا الحق⁽¹³⁾. وهذا ما يدخل في موضوع ضمانات حقوق الإنسان التي تحقق من خلال الأمور الأساسية الآتية:⁽¹⁴⁾

1. توفير الضمانات الدستورية والقانونية والقضائية لحقوق الإنسان.

2. وجود هيئات ومنظمات غير حكومية ذات دور رقابي على ممارسات وسياسات الحكومات في مجال حقوق الإنسان، ورصد الانتهاكات الحاصلة في هذا المجال وفي أغلب الأحيان تأخذ هذه المنظمات الطابع الدولي وينشأ عنها العديد من المواثيق والاتفاقيات التي تحاول جاهدة نشرها وتعميمها في بلدان العالم كافة. ومن الجدير بالذكر أن حق الجمهور في المعرفة لا يجب أن يقتصر النظر إليه على أساس كمية المعلومات التي تصل إليه، ذلك أن الجمهور بالفعل يحصل على كمية ضخمة من المعلومات تزيد كثيراً عما كان يحصل عليه الإنسان طوال تأريخه على الأرض، لكن هذه المعلومات رغم كميتها الوفيرة إلا أنها لا تشكل المعرفة التي يمكن أن تزيد قدرات الإنسان الثقافية والتحليلية والإبداعية والنقدية⁽¹⁵⁾. فالإعلام الحكومي بما يمتلكه من إمكانات تقنية ووسائل لا بُدَّ من تأدية دوره الأساسي في تعزيز حق المعرفة للجمهور بحقوقه الأساسية والآليات الدستورية للانتخاب، والأنظمة الانتخابية، وكيفية إجراء عملية اختيار المرشحين، فالممارسة الفعالة للحقوق الاتصالية من قبل الجمهور تعتمد بصورة كبيرة على فهم وتفسير ما يقدمه الإعلام الحكومي بما يمتلكه من تأثير في الرأي العام⁽¹⁶⁾. وللوقوف على العلاقة بين وسائل الإعلام الحكومية والفعل الديمقراطي لا بُدَّ من الوقوف على أربعة أدوار لها، تؤثر من خلالها على الحياة السياسية والديمقراطية، إذ استخدم الباحثون تشبيهات مبنية على أساس العلاقة بين (الإنسان والكلب) لتوضيح الدور والوظيفة، إذ تتمثل هذه الوظائف بـ:⁽¹⁷⁾

1. وظيفة كلب المراقبة (watchdog)

وبموجب هذه الوظيفة تسعى وسائل الإعلام لأن تكون رقيبًا على كل ما يدور في المجتمع من مدخلات ومخرجات، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية والسياسية النافذة في المجتمع، وهنا يوصف دور وسائل الإعلام بأنه مثل دور الحارس اليقظ الذي يعمل كحارس وراقب ضد استخدام السلطة الرسمية، وكمراقب لمصالح المجتمع وحمايته من الفساد والانحراف، فوسائل الإعلام تعمل كرقب للسلطة من خلال الترويج للحق في المعرفة وحماية المجتمع من تسلط النظام السياسي.

2. وظيفة كلب الحراسة (Guard dog)

تعني هذه الوظيفة بأن وسائل الإعلام تقوم بحراسة للمؤسسات النافذة في المجتمع فقط، وتكون أشد الحرص على متابعة العناصر الطفيلية التي تدخل المجتمع وتعكر صفوه ونقاء العلاقة القائمة، بينما تقوم وسائل الإعلام بمهاجمة الأشخاص الذي ينتهكون سلطة الحكومة، فإنها تقوم أيضًا بدعم وتعزيز الهياكل النابعة من النظام الرأسمالي، فالدور الرقابي لوسائل الإعلام وفقًا لهذه الوظيفة يفترق إلى الواقعية في الأساس نظرًا لأنه لا توجد مصلحة عامة منفردة، ولكن هناك العديد من المصالح المنظمة التي تختلف في قوة وتأثير كل منها.

3. وظيفة الكلب المرشد (Guide dog)

تعني هذه الوظيفة أن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام أن تقوم بدور المرشد أو الدليل الذي يمد المواطنين بمجموعة من المعلومات عن السياسات وصانعي السياسة، التي يحتاجونها لصنع القرارات ولتقييم قادتهم، كما يفترض هذه الدور أن تقوم وسائل الإعلام بقيادة الرأي وحشد الجماهير وتوعيتها مع ممارسة التوجيه العام لوسائل الإعلام.

4. وظيفة الكلب الأليف (Lapdog)

تعني هذه الوظيفة أن وسائل الإعلام ترتقي في حضن المؤسسات الاجتماعية والسياسية دون أن تكون أداة مستقلة، ودون إبداء أي مساءلة للسلطة، ودون الالتفات إلى الآراء والاتجاهات الأخرى في المجتمع خاصة التي لا تتفق مع مصالح المؤسسات النافذة، فهي تكون بمثابة أداة ناقلة لما يريد النظام السياسي أن

تعرفه الجماهير، وبالطريقة التي يريدونها بدون توجيه أي انتقادات للمؤسسة القائمة. وبالنظر إلى هذه الوظائف جميعها نجد أن لكل وظيفة منها دورا يختلف عن الآخر، ولكن نجد أن العامل الأساسي الذي تمارسه جميع هذه الوظائف هو ما يتعلق بنشر المعرفة والمعلومات التي تمثل الأساس الذي تنطلق منه في كل دور، وفي رأينا أن الدور الأساسي المفترض للإعلام الحكومي في عمله على إرساء القيم الديمقراطية تماثل وظيفة الكلب القائد (lead dog) وتعني هذه الوظيفة أن وسائل الإعلام تقوم بدور وضع الأجندة للقضايا المطروحة على الساحة السياسية، وتؤدي دور المصفاة لهذه الحلول وترتيبها حسب الأولويات والأهمية قبل تقديمها للجماهير، كما تحت السياسيين على متابعة هذه القضايا لأهميتها في سياق الشأن العام، وبذلك تؤدي دور الكلب القائد في الطريقة المحددة لإعطاء تغطية أكبر لإحدى هذه القضايا أكثر من الأنواع الأخرى⁽¹⁸⁾.

ثالثًا: وظائف الإعلام الحكومي لدعم عملية تنمية القيم الديمقراطية

أصبح الإعلام اليوم من أهم مصادر الثقافة السياسية والعملية السياسية برمتها؛ لأنه أصبح في مركز عملية صناعة الانطباعات، وتعريف الوضع الاجتماعي، ومصدرًا للسلطة يتقاتل عليها السياسيون، كما أصبحت وسائل الإعلام وسيلة هامة لوضع الناس في أماكن معينة خاصة في الهرم السياسي، وزرع الأفكار في الوعي المجتمعي⁽¹⁹⁾. فالدور المرسوم للإعلام الحكومي هو تحقيق التأثير المعرفي الذي يشمل كل ما يرتبط بالمعرفة والآراء، حيث تعمل هذه التأثيرات على توضيح القيم والتي تعرف بأنها (مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد أو جماعة ما، ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الأمانة، والحرية، والمساواة والتسامح، إذ تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم عن طريق تقديم المعلومات. وهذه المعلومات تتعلق بأهمية ودور الفرد في ممارسه حقوقه⁽²⁰⁾). وهناك رؤية تتمثل في مجموعة من النقاط لدور الإعلام الحكومي في دعم عملية التطور الديمقراطي والتغيير السياسي تتمثل بـ⁽²¹⁾:

1.1. الإسهام في تحقيق ديمقراطية الاتصال: يمكن تحقيق هذه الوظيفة من خلال تحويلها إلى ساحة للتعبير

الحر عن كافة الآراء والاتجاهات، وإتاحة الفرصة للجماهير لإبداء آرائها في المشروعات الفكرية والسياسية المطروحة في التعبير عن مشاكلها.

2. الإسهام في تحقيق المشاركة السياسية:

من خلال تحقيق المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين للمشاركة واتخاذ قراراتهم بالانتماء للأحزاب السياسية، أو التوجهات الفكرية أو التصويت بدعم النشاط السياسي العام.

3. إدارة النقاش الحر في المجتمع:

بالتركيز على إدارة النقاش بين جميع القوى والتوجهات والأفكار للوصول إلى أفضل الحلول.

4. الرقابة على مؤسسات المجتمع:

وذلك من خلال حمايته من الانحراف والفساد، بالكشف عن انحرافات السلطة، وإساءة استخدامها لتحقيق المنافع الشخصية.

5. المساعدة في صنع القرارات:

لوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية، ويرجع ذلك لأنها تؤثر على القرارات السياسية، فقد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، كما أن صانعة القرار ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته.

6. التأثير في اتجاهات الرأي العام:

إذ أصبحت وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام وتزوده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية بجانب دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل.

7. مراقبة الأحداث المعاصرة:

وتوصف بأنها 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 معرفة بما يجري وقادرا على التكيف مع الظروف والمستجدات.

رابعاً: نموذج مقترح للإعلام الحكومي العراقي في تعزيز القيم الديمقراطية.

تعمل وسائل الإعلام على إنارة الرأي العام عن طريق عرض قضية يومًا بعد يوم في أجندتها، إذ إن القضايا والموضوعات التي تحظى باهتمام وعناية الوسيلة الإعلامية سوف يدركها الجمهور ويتعود عليها ويشعر بأهميتها، في حين أن تلك التي تحظى بأهمية وعناية أقل من جانب الوسيلة سوف تتطابق أهميتها مع

إدراك الجمهور لها، ومن ثم تمنح وسائل الإعلام القدرة على التأثير الفعال في تشكيل إدراك الجمهور للعالم المحيط به يعدها مصدرًا مهمًا من مصادر المعلومات. وانطلاقًا من هذه الفكرة الأساسية نسعى إلى اقتراح نموذج ممكن أن يتبناه الإعلام الحكومي العراقي بمختلف وسائله (المطبوعة والمسموعة والمرئية) من خلال تركيزه على تعزيز القيم الديمقراطية لدى الفرد العراقي والتعريف بالحقوق التي كفلها الدستور العراقي ورسم طريق ممارستها بشكل فاعل وإيجابي، وأهم المظاهر التي يمكن للجمهور ممارستها المتمثلة بإجراء عملية المشاركة في الانتخابات العامة والتصويت في الاستفتاء على الدستور، إلى جانب الحق في الترشح السياسي. فبتعزيز الإعلام الحكومي على هذه المضامين وتوظيف نظريات الإقناع يمكن أن يعزز دوره في: (22)

1. تفعيل المشاركة السياسية للمواطنين من خلال إمدادهم بالمعلومات اللازمة، وهو ما ينعكس سلوكيًا لديهم في قراراتهم بالانتماء إلى قوى سياسية معينة والتصويت لها.
2. توفير نقاش حر وإدارته في المجتمع بين القوى والتيارات السياسية والفكرية المختلفة لصياغة الحلول المختلفة وإمكانية تحقيقها على أرض الواقع.
3. المساهمة في صنع القرارات السياسية وإكسابها نوعًا من الشرعية الشعبية، لأن صانعي القرارات يرون تلك الوسائل مقياسًا لرد الفعل تجاه السياسات والقرارات المختلفة.
4. تحقيق ديمقراطية الاتصال عبر تحول هذه الوسائل إلى منتدى حر للتعبير عن الآراء المختلفة حتى يتمكن المواطنون من المساهمة بفعالية في المشروعات السياسية الجدية والإيجابية.
5. القيام بدور رقابي على جميع مؤسسات المجتمع بما يضمن الحد الأدنى من الانحراف والفساد والكشف عن إساءة استخدام السلطة.

الخاتمة

يمتاز الإعلام الحكومي بدور مهم وكبير في البناء المعرفي للجمهور، إذ يعمل على تحقيق وظائفه المتمثلة بنشر الوعي والمعرفة بأهم القيم الديمقراطية والحقوق السياسية وتعزيزها لدى الجمهور بالشكل الذي يسهم في كسب الرأي العام وتنويره بما تعمل الحكومات على تحقيقه من إنجازات على المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فضلاً عن الدعوة إلى تحقيق الإصلاح السياسي الذي يسهم في بناء الدولة وتحقيق دولة المواطنة التي تسعى إلى ترسيخ قيم المواطنة والانتماء لدى كل أطراف وفئات الجمهور المختلفة، بالاعتماد على النماذج

الوظيفية للإعلام التي ترسم خريطة واضحة في إحداث التأثير لمن يستعين بها، بهدف صناعة مواطن واعٍ قادر على اتخاذ القرار وممارسة حقوقه السياسية.

هوامش البحث

1. ليندا لطاد وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، تحرير عباس عائشة، رائجة زكية (برلين: المركز الديمقراطي العربي، 2019) ص 45
2. بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012) ص 68.
3. عبد الملك الدناني، سامية أحمد هاشم (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2016) ص 83.
4. إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي (عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010) ص 24.
5. ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه (عمان : دار الفكر، 2009) ص 186
6. بسام عبد الرحمن الجرايدة، الإعلام وقضايا حقوق الإنسان (عمان: دار أسامة للنشر، 2013) ص 206.

7. مصطفى عوفي، الطيب بلوصيف، الإعلام والتحول الديمقراطي، مجلة علوم الإنسان المجتمع، ع 9، 2014، ص 87
8. فاروق أبو زيد، الإعلام والديمقراطية (القاهرة : عالم الكتب، 2010) ص 37
9. نور علي الكنانى، سيكولوجيا الاتصال السياسي، رؤية في محركات الاتصال الصراع، الفردي، المجتمعي (بابل: أبجد للترجمة والتوزيع، 2022) ص 81.
10. أحمد حسن السمان، الإعلام والسياسة، التسويق السياسي في القرن 21 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2018) ص 85.
11. سامية عبد اللاوي، الرأي العام وتأثيره على النظام السياسي، الجزائر نموذجاً (دبي: دار الكتاب الجامعي، 2015) ص 129
12. غبريال الموند، بنجهام باول، السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر، نظرة عالمية، ترجمة: هشام عبد الله (عمان: الدار الأهلية للنشر والتوزيع، 1998) ص 69.
13. أحمد سيف الإسلام، كريم خليل، تأصيل الحق في المعرفة كسلاح للدفاع عن حرية الرأي والتعبير (القاهرة: تاريخ ومكان النشر غير واضح) ص 27.
14. حسين الزويني، زهراء كبة، حقوق الإنسان والإعلام بين تكاملية المعايير وانتقائية المضامين (عمان: دار أسامة للنشر، 2015) ص 84
15. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام (الكويت: مكتبة الفلاح، 2003) ص 191
16. قدرى علي عبد المجيد، الإعلام وحقوق الإنسان (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2008) ص 222
17. عيسى عبد الباقي، وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي، دراسة في الأدوار المهنية والوظيفية (القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015) ص 38
18. عيسى عبد الباقي، مصدر سابق، ص 41.
19. أحمد السمان، مصدر سابق، ص 97.
20. عيسى عبد الباقي، المدخل الاجتماعي لوسائل الإعلام (القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2016) ص 58.
21. عيسى عبد الباقي، وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي، مصدر سابق ص ص 48-49
22. عقيل الخفاجي، الإعلام والإصلاح السياسي المنشود (القاهرة: دار النهضة العربية، 2015) ص 49