

٢. وظيفة التثقيف السياسي: لا ينتج الوعي في حالة مصاغة ومتبلورة نهائيا بل يتبلور وفق ديناميكية خاصة تتجلى فيها عوامل داخلية وخارجية، ويبنى الوعي السياسي على تراكم التصورات والآراء والمفاهيم المكتسبة من قبل، ويساهم الاعلام السياسي في تثبيت البعض منها وتطوير البعض الآخر، وتصنيف أفكار وآراء جديدة من اجل دعم الوعي الاجتماعي بما فيه السياسي ليؤثر بفعالية في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعارف والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها لبناء شخصيته السياسية وحركة السياسة في المجتمع.

٣. وظيفة التعبئة السياسية: يؤدي الاعلام السياسي دورا كبيرا في التعبئة السياسية، فهو يقوم بتهيئة الأفراد نفسيا ومعنويا وذهنيا لاستقبال أحداث سياسية متوقعة مثلا يسبق بعض نتائج الانتخابات غير المتوقعة التي لا يستحسنها المواطن، فهو يقوم بالتمهيد لتقبل شيء معين في إطار سياسات واستراتيجيات مرسومة من قبل، وعادة ما تكون هذه الوظيفة تسبق المواعيد الانتخابية بأنواعها، أو تسبق التصويت والاستفتاء الشعبي حول موضوع معين (الدستور مثلا).

٤. وظيفة التطوير السياسي للأفراد: يؤدي الاعلام السياسي دورا مهما في التطوير السياسي ونشر الثقافة السياسية عن طريق تقديم المواد والبرامج الاعلامية التي تحتوي إما مواد إخبارية، تعليمية، ترفيهية وبوسائله المختلفة كالصحافة، الإذاعة، التلفزيون الانترنت لما لهذه الوسائل من دور كبير بالتأثير في ملايين الناس، فوسائل الإعلام السياسي تمتلك قوة كبيرة للتأثير في الرأي العام وتوجيهه من خلال تحديد نمط سلوكه في المجتمع هذا من جهة، أما من جهة ثانية فإنها في غاية الفعالية من خلال مشاركتها في المعارك السياسية والانتخابية.

٥. وظيفة الاعلام: تعتبر وظيفة الاعلام من الوظائف المهمة التي يقوم بها الاعلام السياسي والتي تعد احد العناصر المؤثرة في المشاركة السياسية والثقافة السياسية.

٦. وظيفة المساندة السياسية: يقوم الاعلام السياسي بتوظيف وسائل الاعلام لتحقيق الاستقرار السياسي والشرعية السياسية.

٧. وظيفة التنمية السياسية: اذ يقوم الاعلام السياسي بتخصيص مساحات جيدة من قبل وسائله المختلفة للتثقيف السياسي والتنشئة السياسية وذلك بهدف حث الجمهور على المشاركة السياسية.

٨. التوعية الوطنية: من خلال استخدام كافة وسائل الاعلام المختلفة لخلق الوعي الوطني للجمهور وحثهم على الانتماء الوطني والولاء القومي.

• مشكلات الإعلام السياسي

يواجه الإعلام السياسي كغيره من مجالات الإعلام الأخرى بعض المشكلات أو الصعوبات التي تحد من دوره، إلا أن هذه المشكلات تبدو آثارها واضحة في مجال الإعلام السياسي حيث تتضخم المشاكل الصغيرة لتصبح قضايا قد تحدد مصير الإعلام بأكمله، وفي كثير من الأحيان تضع هذه المشكلات أمام الإعلام السياسي من العقبات ما يصل بدوره إلى مرحلة العدم، ومن أبرز المشكلات التي تواجه الإعلام السياسي هي :

١- الطعن في المصداقية : فهو دائما محل شك حتى وإن كان صادقا، وهذه مسألة تتصل بالطبيعة الإنسانية، وقد تتحول مشكلة المصداقية في الإعلام السياسي إلى مشكلة تتعلق بالمصداقية الشخصية بالنسبة للذين يعملون في هذا المجال فإذا لم يثق الإنسان في صدق الإعلام السياسي فلن يثق بالذين يعملون في مجاله .

٢- استغلاله في بعض الأحيان من جانب المسؤولين على نحو يتصف بالأنانية لبناء أمجادهم الشخصية، وينعكس ذلك بصورة سلبية على دور الإعلام السياسي حيث التحيز الصادر عن اللاوعي يسود عند تناول الأخبار والموضوعات والتحليلات السياسية، وعلى الرغم من موضوعية التناول في بعض الأحيان إلا أن الآثار السلبية التي تتركها هذه المشكلة تكون في بعض الأحيان أكبر بكثير من الآثار الإيجابية لها .

٣- اتجاه الإعلام السياسي إلى الكم، حيث الإغراق في الموضوعات السياسية يطغى على الكيف المتجسد في عملية توظيف الأحداث والموضوعات لخدمة توجهات سياسية في كثير من الأحيان، خاصة إذا حاول الإعلام السياسي تجاوز الحدود لمخاطبة الرأي العام العالمي، حيث تختلف القيم من مجتمع إلى آخر ذلك أن بعض القيم السياسية المقبولة في دول العالم الثالث قد لا تكون مقبولة في دول العالم المتقدمة، وهنا تكمن المشكلة حيث مخاطر التعميم كبيرة وغير موفقة بسبب اختلاف النظرة السياسية والإطارات المرجعية للناس في العوالم المختلفة، وفي إطار هذه السياسة تلجأ النظم السياسية إلى (الاستكتاب لتعزيز الاغراق) أي دفع أموال لأقلام ماجورة لتلميع صورة الحكم السياسي، وقد مر التلفزيون العراقي قبل (٢٠٠٣) بتجربة مريرة في زخم كبير من عرض نشاطات الرئيس صدام حسين، جعل منها موقف للتندر والنكتة السياسية.

٤- إبراز الإعلام السياسي للأخبار الطيبة والتركيز عليها والتهوين من شأن الأخبار السيئة، وهي مشكلة يعاني منها الإعلام السياسي في مختلف النظم السياسية، حتى أن الرئيس الأمريكي الأسبق رونالد ريغان اعترض بشدة عندما أبرزت وسائل الإعلام عمالا متعطلين، واسر مشردة في تقرير لها عن الاقتصاد الأمريكي، لأنه رأى أن مثل هذه التقارير تضر بالحزب الحاكم وتلمي عدم الرضا بقياداته، وفي ذلك يرى أيضاً الصحفي الهندي مكيرجي ضرورة تجنب الأخبار السيئة بسبب البناء الهش لأغلب حكومات العالم الثالث، لأننا لو استمرينا في العزف على هذه النقاط السوداء فإننا بذلك نساعد بغياء على تضائل الإيمان والثقة، اللتين بدونهما من المستحيل تحقيق التطور والتنمية، وقد ارتفع صوت إنديرا غاندي يوما ما تشكو من أن الكثير من الصحفيين يعتبرون انه من الذكاء تقليد التعريف الغربي الشائع الذي يقول أن الأخبار السلبية والسيئة هي الأخبار الجيدة كما تضجرهم الأخبار الخاصة بأنشطة البناء والتنمية .

٥- الممارسة الصارمة لمهام حارس البوابة والرقابة: فمن مشكلات الإعلام السياسي المحاذير التي تكتنف تناول بعض المعلومات السياسية في ظروف معينة، حيث تفرض بعض القيود على الإعلام السياسي صعوبات تحول دون تناول الموضوعات ذات النوع الرادع أو التعليق عليها فتصبح مسألة تناولها عملية غير مأمونة العواقب لتجاوزها الخطوط الحمراء.

٦- تركيز الاهتمام على أحداث وقضايا وموضوعات سياسية معينة، وقد يكون هذا التركيز بدرجة ملحوظة وبنفس المستوى تجاهل الاهتمام بأحداث وقضايا ومشكلات سياسية أخرى قد تكون على قدر كبير من الأهمية، وكان المسألة تقع تحت سيطرة تصنيفات مألوفة لموضوعات معينة أكثر من التركيز على ما تفرضه الظروف المحلية والدولية من اهتمام بأحداث وقضايا ومشكلات آنية، وقد يمتد الأمر إلى أبعد من ذلك حيث التهاب العاطفة والابتعاد عن الموضوعية، بل وحتى الميل إلى الجدل العنيف، فقد تتناول وسائل الإعلام موضوع الإرهاب وتتجاهل موضوعات المصالحة والوحدة الوطنية.

٧- احتكاره للتقييم والتحكيم: فالقائمين على الإعلام السياسي يسندون إلى أنفسهم مهمة التفرد بالحكم على ما هو صالح وما هو طالح من أعمال وأشخاص، بينما هم في بعض الأحيان بعيدون تماما عن هموم الناس ومشاكلهم وقد يدفعهم هذا إلى إغراء أنفسهم بإصدار أحكام عفوية أو سطحية أو متحاملة على الآخرين وقد يكون ذلك بسبب افتقارهم إلى التجربة أو بسبب عدم موضوعيتهم في التقييم، أو بسبب الأهمية الكبيرة للعمل الإعلامي الذي يمارسونه والذي يجعلهم على علاقة حميمة بواقع السلطة على اختلاف مستوياتها، ناسين أو متناسين أن التشكيك بالآخرين أسهل في الغالب من التقييم في ذواتهم وأعماقهم وان من يعرف عيوبه يكون أكثر لطفا عند الحكم على الآخرين، وان من يدرك نواقصه الشخصية سيتردد كثيرا في ان يتوقع الكمال من الآخرين .

٨- التقوّل (الافتراء) على المصادر في الإعلام السياسي: أي محاولة استغلال الاعلام لتحقيق أغراض سياسية معينة من خلال تسريب بعض الأخبار أو المعلومات ذات المضامين الهادفة إلى تحقيق غايات عامة أو شخصية، وهنا يتحول الإعلام السياسي إلى بطل ميت في نظر الناس، حتى وان كان الأمر بيده في ظاهره، حيث يكثر ترديد عبارة (مصدر مطلع !! مصدر مقرب، مصدر مخول، وحتى مصدر رفض الكشف عن اسمه).

٩- التحدي الإلكتروني أدخل تقاليد عمل جديد: جعلت من الاعلام مؤسسة فردية تستخدم ميزة التكنولوجيا والانترنت، وله قوة تعبوية كبيرة أدخلت على الاعلام السياسي تحولا عميقا يخلل الأسس التقليدية التي قام عليها عصر ما قبل الانترنت، وأصبحت حدود الواقع الاعلامي الذي تصنعه وسائل الاعلام تتغير في اتجاه التوسع وفي اتجاه تجاوز الفاعل الاعلامي التقليدي (صحافة، راديو، تلفزيون) ليلتصق أكثر بالفاعل الإلكتروني المعبر المباشر عن الرأي العام (مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، منتديات النقاش... الخ).

١٠- عدم توفر الكفاءات الاعلامية ذات الخبرة الكافية في مجال الاعلام السياسي: وان اغلبها تعاني الضعف في الاداء والتقديم وطرح الموضوعات السياسية وهذا يشكل عقبة امام نجاح الاعلام السياسي وتحقيق اهدافه

١١- قصور التمويل المالي لوسائل الاعلام او انعدامه في بعض الاحيان: يشكل عائقا امام تطوير وسائل الإعلام لتواكب الاساليب التكنولوجية الحديثة، خاصة وان اعداد وتقديم البرامج

السياسية يتطلب الكثير من الجهود البشرية والتكلفة المالية مما يجعل وسائل الاعلام تعاني الضعف في طرح القضايا السياسية والاجتماعية .

■ متطلبات نجاح الإعلام السياسي

تسعى الدول على اختلاف الأنظمة السياسية القائمة فيها إلى استخدام وسائل الاعلام والاتصال لتحقيق أهدافها الإستراتيجية، وفي المقدمة منها أهدافها السياسية سواء كان ذلك على المستوى الداخلي أو على المستوى الدولي، وقد أصبح الاعلام السياسي عنصراً من العناصر المهمة في تقييم أداء السلطة والقائمين عليها، فالإعلام السياسي يؤدي وظيفة سياسية مهمة، ويعمل على إحداث تأثيرات واقعية ومحتملة على عمل وسلوكيات الآخرين، وسنحاول هنا ان نوضح متطلبات نجاح الاعلام السياسي وآليات التفعيل الايجابي لدوره في تنمية الوعي السياسي ويمكن وضع خطوط عريضة لأهم هذه المتطلبات وكما يأتي:

- ١- الإدراك الواعي بأهمية الإعلام السياسي وضرورة توعية الجماهير بدورها ومشاركتها في العمل السياسي .
- ٢- حاجة الإعلام السياسي إلى كوادر إعلامية سياسية على درجة عالية من الوعي والثقافة والمعرفة لتتولى مهمة هذا العمل الذي يشكل جزءاً من مسيرة التاريخ في أي بلد .
- ٣- الابتعاد عن المعالجات السطحية للقضايا والمشكلات السياسية والتركيز على جوهر هذه القضايا والمشكلات عن طريق المعالجة المتعمقة لها وشرح أبعادها وارتباطها بحياة الإنسان اليومية .
- ٤- الابتعاد عن التكرار للبيدليات والمسلمات السياسية التي تفقد الجماهير إحساسها بأهمية العمل السياسي وتضعف من تفاعلها مع قضاياها .
- ٥- المصداقية والموضوعية في تناول موضوعات السياسة وعدم النفخ في أهميتها إلا بالقدر الذي تستحقه وبذلك يعمل الإعلام السياسي على بلورة الإدراك وتعزيز المعاني السياسية ذلك أن إعطاء بعض الموضوعات حجماً أكبر منها يؤدي إلى نتيجة عكسية إلا وهي إفراغها من أي أهمية واهتمام وخطورة، ذلك كله أحدث توجهات مضادة للفهم المطلوب، وعلى الرغم من أن مختلف الأنظمة الإعلامية تنظر إلى الموضوعية باعتبارها وسيلة لا غاية في حد ذاتها إلا أن النظرة إليها تقف حيث يكون الهدف من الإعلام السياسي في توجيه الجماهير والتأثير عليها وتشكيل آرائها .
- ٦- القدرة على التوازن في ضرورات السرعة في توصيل المعلومات والمواد والأخبار السياسية إلى الناس وبين التدقيق الواعي في تلك المادة بما يمنع تسرب المعلومات والأفكار التي يرى الإعلام السياسي إنها تمثل أفكاراً خطيرة أو هدامة .
- ٧- الإلمام بالاصطلاحات والمفاهيم المستخدمة في مجال السياسة وبكيفية توظيفها في مجال العمل السياسي ذلك أن كثيراً من هذه المفاهيم يفصل بين بعضها خيوط رفيعة يصعب تبيينها في كثير من الأحيان مثال ذلك الخلط بين مفهومي الإلزام والالتزام .
- ٨- الابتعاد عن المعالجات المطولة التي تميل إلى الإسهاب اللفظي واستخدام العبارات الضخمة وترديد الشعارات السياسية دون فهم لمعناها أو في غير محلها فالتبسيط والبساطة ضرورة في مثل هذا النوع من الإعلام لاتساع قاعدة الاهتمام الجماهيري به .

٩- عدم الاتساق وراء دوافع الضغط والتوتر التي تولدها طبيعة العمل السياسي بما يؤدي إلى ظهور إحساس زائف قد يؤدي إلى توجيه انفعالات الجماهير في الاتجاه غير المطلوب .

١٠- الالتزام بالمبادئ الأساسية التي تحكم العمل السياسي في الدول بدعم وإبراز الاتجاهات الفكرية والممارسات السياسية التي تعمل على تأكيد هذه المبادئ وترسيخها في أذهان الجماهير .
■ أساليب التغطية الصحفية للموضوعات السياسية المتخصصة

تختلف أساليب التغطية الصحفية للموضوعات السياسية عن سواها من الموضوعات في المجالات الأخرى ويمكن تحديد مجموعة من الأساليب المتبعة في تناول المضامين السياسية بما يأتي :

(١) تأطير المضامين الصحفية السياسية بصيغة دعائية : فمن المعروف أن الفرد لكي يجذب للدعاية يفضل استخدام كل تكتيك متوافر لإحداث التأثير المطلوب بأفضل شكل، ولذلك تستخدم عدة وسائل تصل كل وسيلة منها للفرد بشكل خاص، تجعله يستجيب لنفس الفكرة وبنفس الاتجاه ولكن بشكل مختلف، فالصحف تتيح الشكل المختلف والطريقة المختلفة في الوصول إلى الجمهور، فضلا عن مقدرتها الإقناعية المختلفة.

(٢) توظيف مبادئ التسويق السياسي في التغطية الصحفية السياسية: دخل مصطلح التسويق السياسي بقوة إلى مفردات الحياة السياسية، وأصبح سمة لازمة لمعظم حملات الدعاية الانتخابية في العالم منذ خمسينات القرن الماضي، خاصة في العالم الغربي، وفي إطار هذا التسويق السياسي تعرض شركات العلاقات العامة على الشخصيات السياسية أسلوباً في التطوير والعناية بلياقتهم البدنية ووسامتهم وطريقة الحديث واختيار العبارات وتنظيم اللقاءات الجماهيرية وترتيبها تبعاً لأهميتها وهو ما يطلق عليه (صناعة صورة السياسي)، ذلك أن المجال السياسي علي نقيض إدارة العمال ممتلئ بالأفكار والمشاعر والصراعات والشراكة .

(٣) الاهتمام الكبير في الجانب التحليلي للمضامين السياسية : ففي العادة تقدم وسائل الإعلام والصحف على وجه الخصوص وصفا تحليلياً معمقاً للحدث ويقدر عمق التحليل ودقته وواقعيته تتمكن الجريدة من الاستحواذ على شريحة أكبر من الجمهور، ومراعاة روح الاستقصاء والعمق في تناول الموضوعات، فليس يكفي أن يغطي المحرر ندوة، أو يأتي بخبر تقليدي، أو يكون ههنا تصريحات مسؤول، وإنما يجب أن يتجاوز الحدث والرقم والتصريح إلى ما وراءهم جميعاً، من أفضية وحقائق وتطورات تتسم بالحدائث، وتجذب انتباه المتلقي، وتشغل بال الرأي العام، وتفتح مداركه على واقع مختلف، قائم على تفجير القضايا، وفتح الملفات المغلقة، والدخول إلى المناطق الخطرة، وإثارة الجدل حول المسكوت عنه، مع ابتكار طرق جديدة في سرد القصص، وإضافة السياق والخلفيات، والابتعاد عن طرح الأسئلة النمطية : (من، ماذا، متى، أين، لماذا) بشكل رتيب، مع الالتزام بالفكرة الأساسية، وعدم الخروج عنها إلى قضايا فرعية، كي لا يتوه القارئ أو يتعرض فهمه للتشويش.

(٤) توظيف أساليب إقناعية محددة في بناء الرسالة الاتصالية السياسية: وهنا تتطلب مهارات إقناعية منطقية لان الجمهور المهتم بالشأن السياسي يستجيب بشكل أكبر للطروحات العقلانية، كما تحرص الجريدة على توظيف التكرار لرسائل محددة بهدف تحقيق الإقناع، وهذا جزء من

رسالة الجريدة في تحقيق أهدافها الخاصة بتسويق الشخصية السياسية أو المؤسسة الحزبية التي تمثلها، أو الأطراف التي تمول الجريدة .

٥) التركيز على توظيف الرمزية في بناء الرسائل السياسية: وسواء كان الرمز شخصي (تيتو) بمعنى (هو أنت) وهو التوصيف الذي كانت تستخدمه الصحف اليوغسلافية للتدليل على رئيس الجمهورية، وتوصيف (القائد الضرورة) الذي كان مستخدماً في الصحف العراقية قبل عام ٢٠٠٣ للتدليل على الرئيس العراقي آنذاك و(روح الله) الرمز الذي كان يوظف في الصحف الإيرانية للتدليل على الإمام أو الفقيه، أو قد يكون الرمز حزبي (حزب الطبقات الكادحة) (الحزب القائد)، وهذا التكرار والتركيز يسهم في اختزال عبارات مهمة في التأثير ويعزز الصورة النمطية الشخصية أو الحزبية، حيث توظف المؤسسات السياسية التغطية الإخبارية في دعايتها السياسية، وتكون وظيفة الرمز هنا تحقيق الحشد الجماهيري والسرعة في نقل الأفكار.

٦) توخي الموضوعية والمصداقية في التغطية السياسية: رغم ما شاع من غياب للمصداقية في الإعلام السياسي إلا أن توخي المصداقية ولو بشكل نسبي في المعالجة الصحفية للشأن السياسي تسهم في بناء جسور الثقة مع الجمهور وتعزز الثقة في هذه الجريدة مستقبلاً وتحاسي الوقوع في اختبارات الجمهور للمصداقية، وهذا الأسلوب من شأنه دعم المؤسسة الإعلامية في مواجهة الأزمات التي يمر بها الحزب أو السياسي نفسه أو في مواجهة حملات الخصوم في التسقيط.

٧) ينبغي توخي "الأنسنة" في معالجة الموضوعات السياسية المتخصصة، بمعنى عدم التعامل معها على أنها أرقام جافة أو معلومات مجردة، وإنما ربطها بالواقع "الإنساني" الذي تنبثق منه ويتفاعل معها، مع استقصاء تأثيراتها الاجتماعية على حياة الأمم والأفراد، من حيث السلب والإيجاب، بحيث يكون "الإنسان" هو "البطل"، لا المصطلح أو الرقم، لأن عوامل النجاح في الكتابة الصحفية المتخصصة لا تكفي بسرد المعلومات، وإنما لا بد من البحث في أغوارها، والتفتيش عن الظواهر المتعلقة بها، فيقع على الصحافة المتخصصة أعباء كثيرة، أبرزها القدرة على الإبداع، والأنسنة، كما أن الجوانب الإنسانية تستميل الانتصار أكثر.

٨) اعتماد أسلوب الكتابة القصصية السردية القائمة على التشويق والجاذبية، واستخدام اللغة البسيطة السهلة، وتصوير الخلفية والسياق، للشخص والأجواء، كأننا نشاهد فيلمًا، وليس فقط- نقرأ مقالًا، أو نتابع فضائية، ولعل أكبر خطأ يقع فيه الصحفي المتخصص فهو الاستسهال، واعتماد أسلوب "قال، وأكد، وأضاف، وصرح"، فيما يتعلق بالحوارات، والتصريحات السياسية، والنقول، أو أسلوب "القص واللصق"، فيما يخص الدراسات والأرقام، إذ يأتي على ذكرها و"رصها" رصًا؛ كما أوردتها وكالات الأنباء، أو المصادر، دون إبداع في تقديم معالجة مبتكرة، مع مراعاة التبسيط القائم على تقريب المفاهيم وتبسيط المصطلحات أو الأرقام أو الحقائق أو المعلومات، مع حُسن تفهيمها للقارئ، بحيث تأتي واضحة في المبنى والمعنى، ولا تحتاج إلى مذكرة تفسيرية .

❖ الاعلام البرلماني

مفهومه ونشأته:

وهو ذلك الاعلام الذي يغطي كافة الانشطة البرلمانية سواء السياسية والاقتصادية والخدمية والاجتماعية والحزبية، ومن هذا التعريف يمكننا القول ان مهمة الاعلام البرلماني تنطلق من القيام بمراقبة اداء السلطات التي تشكل كيان الدولة وخاصة السلطتين التشريعية والتنفيذية وعليه فان مهمته تنطلق من مراقبة سفينة الدولة؛ كما يقول جوزيف بولتيز وينذر بالأحداث قبل وقوعها⁽¹⁾. والصحافة البرلمانية ترتبط بأحد أهم أوجه المشروع الديمقراطي وهو العمل البرلماني، الأمر الذي يكسب هذا النوع من الكتابة الصحفية أهمية خاصة نظرا لحيوية القضايا والموضوعات التي تتناولها والتي تهم صناع القرار والبرلمانيون بل وحتى الجمهور العادي الذي يتابع الفعاليات البرلمانية ويتفاعل معها ويتأثر ويؤثر فيها مما يعكس صورة متميزة من صور المشاركة السياسية الايجابية التي تعتبر غاية الديمقراطية ووسيلة من وسائلها في أن واحد، وهذا النمط يتداخل الى حد كبير مع الاعلام السياسي، ويمكن القول أن الاعلام البرلماني ينتمي الى الاعلام السياسي ، وان أفضل تعريف لهذا الاعلام هو ما قدمه الباحث الاجتماعي الفرنسي دومينيك والتون حيث قال "ان الاعلام البرلماني هو الفضاء الذي يتم فيه تبادل الآراء المتعارضة من قبل ثلاثة لاعبين هم : رجال السياسة ، الاعلاميون، والرأي العام".

وقد أكد والتون على ضرورة التفاعلية في النقاشات التي تدور بين هؤلاء اللاعبين ، والذين من خلال مواقعهم في " المجال العام " يشكلون الشرط الأساسي لممارسة الديمقراطية الشاملة ، ومن أجل تنشيط هذا المجال فان الاعلام البرلماني مدعو للتفاعل مع القضايا التي تطرح على النقاشات الديمقراطية بأبعادها الثقافية المتنوعة، لأن المسار الديمقراطي وبناء الدولة الحديثة التي تعمل على وفق القوانين ومن خلالها ، يتطلب اعلاما برلمانيا فاعلا، وعلى البرلمان اذا كان يريد التواصل مع ناخبيه ويفهم مشاكلهم، أن يجعل من هذا الاعلام جسرا يصل الدولة بالشعب، ويعكس تطلعاته، ذلك أن ضرورات الديمقراطية تفرض على البرلمان أن يقدم كشفا عن إنجازاته أمام المواطنين، ولا يستطيع أي برلمان اليوم، الحفاظ على مصلحته الذاتية دون تفعيل كبير لنشاط الإعلام لأسباب ثلاث :

١- إن العالم اليوم هو عالم الاعلام والاتصال ، وأن تكون المؤسسة التشريعية حاضرة ، يعني أن تتواجد على الساحة الإعلامية ، إضافة الى ضرورة امتلاكها رؤية إعلامية، وهذا يعني أن على البرلمان أن يمتلك صورة يظهر بها من جهة، ورسالة واضحة من جهة أخرى، والصورة والرسالة يجب أن تتفاعل إعلاميا في شتى الظروف وبشكل متزامن للحفاظ على الرؤية الاعلامية الواضحة لهذه المؤسسة التشريعية.

٢- إن على البرلمان أن يدرك اليوم ومهما كانت السياسات المؤسساتية أو الاجتماعية التي يتحرك من خلالها ، ان العصر الذي كان فيه يحتكر الدور التشريعي ومراقبة العمل التنفيذي ويشكل المصدر الرئيسي للمعلومات السياسية قد انتهى، وأن البرلمان يواجه منافسة في المجال الإعلامي ، فلم يعد يشكل مركز الحدث السياسي ، فقد ولى الزمن الذي كان فيه البرلمانيون يتوجهون الى دوائرهم الانتخابية في نهاية الأسبوع ويحملون معهم الأخبار السياسية لناخبيهم، ذلك أن الدائرة الاعلامية في البرلمان تعطي المعلومات لوسائل الاعلام قبل معرفة النواب بها.

٣- أن البرلمان يتعرض بشكل مستمر لشتى أنواع الانتقادات والحملات التي تحمله المسؤولية عند كل حدث، ولم يعد ينفذ الاختباء وراء صورة الضحية، لأن الكثير يعتبر بأن العمل البرلماني يشكو من قلة الفعالية وعدم انتظام العمل... الخ، ويكمن دور الإعلام البرلماني في طرح القضايا وشرحها، والعمل على مواجهة هذه الانتقادات والحملات بفاعلية وبقوة.

وقد توجه البرلمان في دورته الحالية (٢٠١٤-٢٠١٨) إلى ترجمة هذا الاهتمام بإقامة الدورات التدريبية التي تقيمها اللجنة الإعلامية في مجلس النواب والتي تتناول الإعلام البرلماني وتقديم فوائد مزدوجة فهي تصب في صالح عملية التدريب والتطوير المستمرة التي يكتسبها الصحفيون والتي تحسن العمل الصحفي بشكل عام بما ترفده من مهارات وخبرات عالية، كما تكمل الدور البرلماني وتجعله أكثر حضوراً وتأثيراً وتفاعلاً مع الرأي العام، وتفتح له نافذة كبيرة للتواصل الإيجابي مع كافة مكونات المجتمع الأخرى، وتحقق مكاسب مهمة منها تعريف الصحفيين بأهمية الإعلام البرلماني ومدى الجهد المبذول في التغطية الإعلامية البرلمانية، وتطوير الخبرات الصحفية للوصول إلى مستوى المدارس الصحفية العريقة، والاستفادة من التقنيات الحديثة في التغطية الصحفية مع ضرورة استخدام كافة فنون الكتابة الصحفية وبخاصة التحليلات وإجراء المقابلات والحصول على التصريحات التي تمثل سبباً صحفياً للمؤسسات الصحفية^(٧).

ومن الملاحظات العامة للعمل الإعلامي البرلماني العراقي نرى ضرورة الالتزام بالحياد والبعد عن التحيز والتسييس بحيث يحمل الصحفي بوصلة وطنية أثناء تغطيته المهنية، وأهمية الإيمان بأن الإعلام البرلماني هو اختصاص مهم في حد ذاته وأنه من الضروري مساعدة الصحفيين المحترفين في الانكباب على الكتابة في الشأن البرلماني وتشجيعهم على تقديم كل ما هو جديد ومبتكر في مجال الإعلام البرلماني، وممارسة التغطية الصحفية الشاملة والمنوعة المعززة بالأخبار والتقارير والتحليلات والتحقيقات والمقابلات، لتعزيز التجربة الديمقراطية الفتية.

■ أساليب الارتقاء بالدور الإعلامي للبرلمان:

تشكو معظم الأنظمة البرلمانية من عدم اهتمام المواطن بالعمل السياسي داخل البرلمان وغالبا ما ينعكس هذا الأمر في نسب المشاركة الضعيفة في الانتخابات، علما أنهم يمتلكون القدرة على الاطلاع على الأخبار السياسية والبرلمانية بفعل تطور وسائل الاعلام وتنوع أشكالها، ويمكن الإشارة إلى أساليب محددة تهدف إلى الارتقاء بالعمل الإعلامي منها:

١. العمل على تسهيل حصول المواطن على الأخبار البرلمانية، وهذا يتطلب انشاء موقع رصين ومتميز من حيث التفاعلية والتحديث على شبكة الأنترنت للترويج لأعمال البرلمان واللجان المرتبطة به، والحراك البرلماني بشكل عام.
٢. العمل على ان يبقى البرلمان دائما على تواصل مع المجتمع، وسماع مشاكله مع الإبقاء على مهامه الأساسية المتمثلة في التعبير عن السيادة وسلطة الشعب والمصلحة العامة.
٣. ضرورة انشاء محطة إذاعية أو تلفزيون خاص بالبرلمان، تمثل صوت الشعب تعمل على شرح القوانين وتعبئة الجمهور لتبني مواقف معينة يستهدفها البرلمان في التشريع.

٤. الشروع بالأنشطة التربوية للتعريف بدور البرلمان ونشاطاته وطريقة عمله (برلمان الشباب ، الأطفال)، ذلك أن طلبة المدارس والكلية يشكلون نسبة كبيرة من كتلة التصويت البرلماني، فالفترة العمرية بين (١٨-٢٤) هي فئة ناخبة ومؤثرة في الحياة السياسية.

٥. إقامة العديد من الندوات حول موضوعات ترتبط مباشرة بالمصالح العامة للمواطنين، إضافة الى احتضان الكثير من الأنشطة الثقافية العامة (يوم الكتاب السياسي ، يوم المختار العراقي، يوم التراث الوطني، معارض فنية.. الخ) بالتزامن مع انتاج وثناق إعلامية متعددة (كتب، أفلام، منشورات ...) فالمطلوب اعتماد كل الوسائل الكفيلة بتقريب المواطنين من ممثليهم في البرلمان، بما يسهل الحصول على المعلومات الوافية والصحيحة.

٦. ضرورة قيام رئيس البرلمان بجولة على المؤسسات التعليمية، من أجل تطوير الحس الديمقراطي لدى الطلاب وشرح أهمية المشاركة في بناء مؤسسة تشريعية رصينة.

٧. الحرص على تكوين صورة ذهنية ايجابية، تكون ترجمة لعملية الاتصال بشكل يسمح للمواطن بالتحقق منها واستيعابها بسرعة لأن تحتوي الرسائل البرلمانية التي يجب أن تتلاءم مع الجمهور الذي يتوجه اليه.

٨. توسيع الرؤية لدى البرلمانيين حول واجبات المؤسسة وخدماتها، إضافة الى المشاركة الفعالة في المناسبات المهمة وزيادة التواجد في أوقات الأزمات، أي ينبغي على الإعلام البرلماني تشجيع الحوار التشريعي البناء وليس الثرثرة القانونية التي تقام غالباً على وسائل الاعلام التقليدي عبر برامج التوك شو، وهذه الحوارات في الغالب لا تساعد المواطن على فهم الموضوعات ولا تساهم في تحسين صورة البرلمان والبرلمانيين على السواء. إضافة الى ذلك فان الاعلام البرلماني لديه دور أساسي يؤديه على مستوى هيكله وإقامة الحوار الديمقراطي .

■ أهداف الاعلام البرلماني

تلك الوسائل وغيرها يجب أن تعمل ضمن استراتيجية اهداف الاعلام البرلماني الآتية:

- (١) زيادة عدد المواطنين المهتمين بالعمل البرلماني، وتسهيل مشاركة المواطنين في أعمال وأنشطة البرلمان و شرح أعمال البرلمان واثارة الاهتمام بها.
- (٢) توطيد العلاقة بين البرلمان والمواطنين، وتعزيز صورة المجلس النيابي في المجتمع، وهذا يساعد المواطن على فهم المسار التشريعي.
- (٣) التوجه إلى المهتمين بالشأن الحكومي والعام وتزويدهم بمعلومات نوعية تساهم في تحسين أعمالهم.
- (٤) تعزيز العلاقة بوسائل الاعلام المحلية و تحسين نوعية الرسائل الإعلامية وتكثيفها، بهدف اشباع الحاجات الإعلامية لأكثر عدد ممكن من مجموعات الحوار المكونة للمجتمع.
- (٥) العمل على عرض ومناقشة المشاريع قبل اقرارها بهدف تبسيط النص المعقد، واختصار رقعة النقد والتحليل.
- (٦) تعزيز مشاركة الاعلام في ممارسة النشاط الرقابي للبرلمان.
- (٧) المساهمة في تشكيل الرأي العام وتعزيز النقاش السياسي داخل المجتمع.
- (٨) التصدي للشائعات واطلاق حملات التصدي للتشويه الإعلامي، وتشجيع الرأي العام على أخذ القرار.

٩) يمارس دور التأهيل الوظيفي لأعضاء مجلس النواب وشرح الدور والوظيفة البرلمانية للنائب.

☆ الاعلام الدعائي

درج الاعلام الدعائي ضمن أنماط الاعلام المتخصص لأن الرسالة الدعائية التي تحملها وسائل الاعلام اليوم عبر قنواتها المتعددة والمختلفة الاتجاهات (إذاعة، تلفزيون، فضائيات، سينما، مسرح، صحافة، إنترنت... الخ) تتضمن أبعاداً غير محسوسة وغير مباشرة لا يمكن تجاهل البعيدة وحتى القريبة (الأنية) أو التقليل من شأن هذه الوسائل، أو الابتعاد عنها، فهي أصبحت شراً لا بد منه يدخل بيوتنا دون استئذان، وقد اجتهدنا في تصنيفه ضمن الاعلام المتخصص لان هناك الكثير من السمات والخصائص التي تميزه عن الاعلام العام.

■ مفهوم الاعلام الدعائي

ويقصد بالإعلام الدعائي هو الاعلام الذي تنص غايته على صرف وتحريف الانتباه عن الحقيقة في موضوع معين واخفائها عن الجمهور المتلقي ووسائله، ويستخدم التكوين والرمز والتعميم في تحريف أو نقل المعلومات السياسية والاحداث العامة في ظرف معين او محدد، وتزداد اهمية هذا النوع والنمط من الاعلام في الازمات السياسية ولاسيما اثناء الحروب الاهلية او الدولية^(٨). وهذا النمط يتداخل أيضاً الى حد كبير مع الاعلام السياسي كما يتبين من عرض تفاصيله لاحقاً.

لقد تحوّل العالم إلى قرية صغيرة، كنتيجة مباشرة لما شهدته وسائل الإعلام من تقدم تقني ووظيفي في العقود الأخيرة، وذلك ما أدى إلى تعدد وانتشار وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، دافعة بالأحداث المحلية لعموم أقطار الكرة الأرضية إلى دائرة تشمل جميع سكان الأرض، جاذبة للأحداث العالمية إلى بؤرة الاهتمامات المحلية، وقد شهد العالم المعاصر عدداً من المتغيرات التي فرضت ذاتها على الحياة الصحفية وتفاعلاتها، وانعكست بشكل واضح على معظم مجالات الحياة، وما طرأ من تطورات تكنولوجية على أداء وسائل الإعلام ونظم الاتصالات، فأصبح الإعلام وأساليب تطويعه لتحقيق الأهداف السياسية والعسكرية، عنصراً بارزاً من عناصر تقييم القدرة الشاملة للدولة^(٩).

وهكذا أصبح العهد الذي نعيشه عصر إعلام مصحوباً بثورة الاتصالات والفضائيات التي تعتمد على الأقمار الصناعية والتي تجوب الفضاء على مدار الساعة، وفي هذا الشأن هناك ثلاثة متغيرات مركزية لا بد من الإشارة إليها:

أ. مُتغيّرات الثورة التكنولوجية الواسعة التي عرفها قطاع الإعلام والاتصال بعناصره الثلاثة "المعلوماتية، السمعية، البصرية"^(١٠).

ب. التحولات الأساسية وما نتج عنها من تصاعد لظاهرتي التدويل والعولمة، حدثت من الطابع الوطني للدولة، إذ لم تعد مرجعيتها مطلقة ومتحكّمة بمصادر المعرفة المختلفة، وبمعنى آخر لم يعد المستوى الوطني مقياساً للاستراتيجيات المتنوّعة، كما كان الحال عليه من ذي قبل، فهناك تهميش تدريجي لمبادئ ونظم وأنماط التنظيم والتقييم، للمصادر المادية واللامادية حول وحدة وتناسق النظام الوطني، أي دولة قُطرية واحدة، اقتصاد ذاتي، عملة وطنية، قانون وطني، سيادة وطنية، بنك مركزي، تربية وطنية، سكك حديدية وطنية، ثقافة وطنية موحّدة^(١١).