الفصل الثاني

مجالات التخصص الإعلامي

المبحث الأول: أنماط الإعلام المتخصص

يقصد بالصحافة المتخصصة هي تلك المطبوعات التي تخاطب جمهوراً من نوع خاص وتبرز أهميتها في أنها تقوم بما هو أكثر من مجرد نقل المعلومات، إذ تهيئ منبراً للمناقشة ونشر الأفكار ولتبادل الخبرات والتجارب، وقد تسعى مثل هذه الدوريات إلى التأثير على صناع القرار وكذلك تعزز الصحافة المتخصصة عملية الإبداع في المجالات المختلفة التي تخدم قطاع كبير من الجمهور لإشباع حاجاتهم الفنية والأدبية والثقافية لجماعات متنوعة من القراء [1]. وقد صنفت مدارس الاعلام (**الاعلام المتخصص**) على عدة انماط منها :

✪ الإعلام السياسي

قديما كان العمل السياسي حكرا على خاصة الناس وصفوة القوم من رجال السلطة والدين وأصحاب النفوذ من حاشية الأباطرة والملوك والأمراء وكانت الصحافة آنذاك حكرا على هؤلاء وعلى أولئك الذين قدر لهم أن يكونوا في مواقع السلطة، وباتساع رقعة التعليم وبسطه للفئات الأخرى في المجتمع وظهور الصحافة الشعبية وانتشارها اتسعت قاعدة الاهتمام الجماهيري بالعديد من القضايا من بينها قضايا الحكم وأمور السياسة كحق وواجب فازداد الاهتمام بالصحافة السياسية وموضوعات السياسة وما تثيره من قضايا، الأمر الذي أدى إلى اتساع رقعة المشاركة السياسية بين الجماهير التي بدأت تنادي بحقها في تقرير أمورها دون وصاية عليها أو محاولة حرمانها من هذا الحق، إلا أنها جوبهت بمعارضة شديدة وصلت إلى حد القسوة فانفجرت الجماهير تدافع عن حقها في الحياة وتعلن رفضها لأية محاولة تسعى إلى إسكات صوتها و إبعادها عن ساحات العمل العام وما ثورات الشعوب عبر التاريخ إلا تعبيرا عن رفض الجماهير لواقعها ومحاولة استرداد حقها المسلوب في تقرير مصيرها وحكم نفسها بنفسها .

والصحافة كأقدم وسائل الإعلام الحديثة وكمرآة للمجتمع وجدت نفسها بحاجة إلى مواكبة التطورات التي تحدث من حولها، فدخلت في طور جديد وصار اهتمامها بالعمل السياسي مدعاة لنموها وانتشارها وازدهارها وتحول الاهتمام بالعمل السياسي إلى نشاط جماهيري بعد ان كان قاصرا على فئة من المجتمع، إلا انه سرعان ما التفت الصفوة حول مكتسبات الجماهير وظهر التزييف والتزوير والتضليل وغيرها من المفاهيم والاصطلاحات التي أعادت العمل السياسي إلى سابق عهده حكرا على الصفوة ولكن بأسلوب جديد، فانتشرت مفاهيم الرأي العام والتوجه السياسي والتهيؤ لخداع الجماهير وإلباسها ثوب الوهم بالمشاركة في العمل السياسي.

وعلى الرغم من ذلك فان الإعلام السياسي يظل العمود الفقري لأداء وسائل الإعلام الحديثة خاصة في هذا العصر الذي أصبح فيه من الممكن متابعة الأحداث لحظة حدوثها أو بعد ذلك بقليل، وصار الإعلام الوجه الآخر للسياسة فلا نستطيع أن نتخيل إعلاما دون مرامي وأهداف وغايات سياسية يسعى إليها، كما لا نستطيع أن نتخيل عملا سياسيا دون إعلام يدعو إليه ويعكس

برامجه وينادي بمبادئه، وإن الصحافة وكما هو معروف تمثل المرآة العاكسة للمجتمع، وقد وضع الاستعمار البريطاني رقابة صارمة للحيلولة دون إصدار صحف محلية وطنية بشكل عام وأصبحت الصحف الدورية كجريدة بغداد والموصل والأوقات البغدادية والبصرية وسائل للدعاية في أيدي المحتلين[٢].

الإعلام والسياسة وجهان لعملة واحدة لا يستقيم وجه دون الوجه الآخر، ولهذا يرى بعض الباحثين ان الإعلام السياسي لا يعتبر إعلاما متخصصا لان الأخبار والتحليلات السياسية هي المادة الأساسية لوسائل الإعلام، إلا إننا نرى غير ذلك؛ فإذا كانت الأخبار والتحليلات السياسية تمثل احد أعمدة العمل الصحفي أو الإعلامي، فان الأخبار ليست كلها أخبارا سياسية وكثيرا ما تتراجع الأخبار السياسية عن صدارتها لتحل محلها أخبار أخرى غير سياسية وإذا نظرنا إلى هذا الموضوع استنادا إلى هذا المعيار نجد أن قاعدة الاهتمام بالرياضة أوسع بكثير من قاعدة الاهتمام بالسياسة ولو يستجيب الإعلام إلى اهتمامات الناس وينزل إلى رغباتهم لتصدرت الأخبار والتعليقات الرياضية واجهات العمل الإعلامي، ومن جهة ثانية مفهوم التخصص بالإعلام يقوم مستندا إلى قاعدتين هما الجمهور والمضمون وعلى وفق إلى هاتين القاعدتين فان الإعلام السياسي يقع في إطار الإعلام العام المتخصص الذي يفسر بأنه إعلام متخصص في مادته إلا أنه يتوجه ويخاطب جمهورا عاما، وبنفس المستوى وعلى وفق القاعدتين السابقتين فان الإعلام السياسي يمكن أن يكون إعلاما علميا متخصصا، كذلك بمعنى أن يكون متخصصا في مادته إلى الدرجة التي يحتاج فيها إلى جمهور من المختصين في علوم السياسة، ونخلص من هذه المناقشة إلى أن شيوع المعرفة واتساع قاعدة الاهتمام بمجال معين لا ينفي عنه صفة التخصص عامة كان أم علميا ولو كان الأمر كذلك لما كان هناك إعلاما رياضيا أو فنياً أو غيره .

- **مفهوم الإعلام السياسي وتصنيفاته**

والإعلام السياسي (Political Media): بأنه أحد فروع الإعلام الذي يتميز بقدرته على التأثير والتغيير والاقناع ويهتم بتغطية الموضوعات السياسية ويسعى لتحقيق أهداف سياسية ويعتبر من الأدوات الفعالة والرئيسة التي يعتمد عليها أي نظام سياسي حيث يستخدمه في تحقيق استراتيجياته المختلفة .

أو هو الإعلام الذي تغلب على مضامينه طوابع السياسة والفكر والدعاية والدعوة، ويستهدف تغير، أو تثبيت، أو انحياز، أو تحييد اتجاهات الجمهور عن طريق زيادة الاهتمام بمجريات الأحداث السياسية أو إضعاف هذا الاهتمام أو تحويل مساراته إلى قضايا دون قضايا أخرى.

وهو يعتبر من ابرز انواع الاعلام والذي يزود الرأي العام بكل ما تقوم به الدولة وما تقدمه من خدمات ومصالح على النطاقين المحلي والدولي، عن طريق مختلف الوسائل الاعلامية المتاحة، وتوظيف المنابر والتجمعات والاحزاب، ولذلك سعت الحكومات بان تمتلك الاعلام ليكون اهم اذرعها في تضليل وقمع الراي العام أو لترويضه، وابرز اشكال الاعلام السياسي هو الاعلام الخارجي ونعني به مجموعة من الوسائل الاعلامية ومضامينها التي يخاطب بها الاعلام الراي العام باللغات التي يفهمها وقد يتوجه الاعلام الخارجي الى جمهور متعاطف مع الموقف السياسي للدولة اما بسبب الانتماء القومي او الايمان بمعتقد ديني ولذلك اعتبر الخبراء أن

الاعلام السياسي من ابرز اشكال بل من ابرز اذرع النظام السياسي للدولة والسياسة الخارجية[٣].

إلا أن هذه النظرة تختلف من بلد إلى آخر فالسياسة في بعض الدول ضرورة من ضرورات الحياة، ففي مثل هذه الدول تمثل السياسة وجبة يومية للإنسان يجد فيها همومه ومشاكله وآلامه وصراعه من اجل حياة أفضل، وفي دول أخرى يراقب الناس السياسة مراقبة الهواة لمباريات كرة القدم، ومن هنا يتضح لنا أن دور الإعلام السياسي يختلف من بلد إلى آخر، ففي الأولى يناط به مهمة التوعية السياسية الصحيحة التي تنير أمام المواطن درب الحقيقة السياسية، وفي الثانية يناط به إحاطة الناس علما بمجريات الأحداث وتطوراتها .

والإعلام السياسي لا يمكن أن يكون محايدا فهو دائما يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز إليها صراحة أو ضمنا، ولذا فانه يمثل سلاحا ذو حدين حيث يكون نعمة إذا أحسن استخدامه في توعية الجماهير وتنويرها، ويكون نقمة إذا أسيء استخدامه وعمد إلى تضليل الجماهير و إبعادها عن المشاركة السياسية الحقيقية .

وفي الدول النامية يخضع الاعلام السياسي إلى ملكية هذه الدول في معظم الأحوال، لذا فهو يعد ركيزة أساسية لدعم النظم السياسية الحاكمة فيها، وذلك عن طريق التأكيد المستمر على انجازاتها وممارساتها في مجالات العمل السياسي، ولذلك فان الإعلام السياسي اقل ما يوصف به هو إعلام رأي وتوجيه أكثر من كونه إعلام حقائق ومعلومات، وبالتالي يشكل الإعلام السياسي جزاء لا يتجزأ من السياسات العامة للدول النامية على اختلاف توجهاتها السياسية، ولذلك فان النظرة إليه من هذه الزوايا تجعل منه داعية سياسية وعملا هادفا وأداة نشطة لنشر أفكار وممارسات الأنظمة السياسية التي ينتمي إليها ويدور في فلكها، ومن الصعب أن نتصور إعلاما سياسيا لا يرتبط بأهداف سياسية ولا يسترشد بمبادئ فكرية معينه، سواء أكانت ظاهرة أو مستترة فهو الأداة التي تبث من خلالها المبادئ والأفكار السياسية وتنتشر، لذا فان وضعه يأتي على رأس قائمة الاهتمام والاستراتيجية للدول، بعده الإعلام المسؤول عن كسب الجماهير إلى جانب السلطة والمسؤول عن إشاعة الاهتمام بالقيم التي تنادي بها، والمسؤول عن التبشير والدعوة للأفكار التي ترسم صورتها في أذهان الجماهير، ولذلك فهو دائما محل رقابة منظورة مباشرة وغير مباشرة بهدف أحكام السيطرة عليه، حيث يتم توجيهه وترشيده بصورة مستمرة من خلال الصور والمعلومات التي تحدد موقف الناس وتشكل آرائهم وتحدد سلوكياتهم في نهاية الأمر .

وتحدد فاعلية الإعلام السياسي في معظم الدول على وفق موقف الفاعل الاعلامي وحاجة المجتمع إليه، هو في كل الأحوال لا يخرج عن ثلاث تصنيفات متباينة الفاعلية هي :

أ- **إعلام مبادر**: أي انه يسلط الضوء على القضايا والمشكلات العامة ويوجه العمل السياسي في مسارات تؤدي إلى الحلول، حيث يتحمل مسؤولية القيادة إلى جانب قيادات العمل السياسي، فالقناة التليفزيونية التركية صاحبة المبادرة في الاتصال بالرئيس التركي رجب طيب أردوغان (تموز ٢٠١٦) عبر تطبيق الفيس تايم، جسدت قوة الفعل المبادر للإعلام في تغيير مسار الأحداث، وهنا يمكن القول ان الإعلام كان قائد ومبادر وله القدح المعلى على السلطة، وهو

شأن الاعلام في النظم الحاكمة بالديمقراطية، وهو الإعلام الذي نسعى إلى تطبيقه في المكاتب الصحفية الناجحة (الفصل الثالث) .

ب- **إعلام مواكب**: أي أن الفاعل الاعلامي مواكب مع الفاعل السياسي في اطار منظومة العمل، وبعبارة أخرى واكب وتساير معه، واتّفق ، وتأقلم، وهنا فاعليته مرتبطة بفاعلية الجانب السياسي، ومواكبة له، وليس له سبقا عليه، وهنا يجب تنمية الكوادر الفنيّة والاعلامية لتتواكب مع التطورات الحديثة، وتتلاءم مع توجهات العمل السياسي الذي يسير في اتجاهات موازية لاتجاهات الفاعل الاعلامي، ويمكن عد الاعلام في العراق قبل ٢٠٠٣ بأنه إعلام مواكب.

ت- **إعلام يسير في الركب**: عند مقارنة من يسير في الركب مع العاجز والمتخلف؛ يكون السائر في الركب أفضل، ولكن في الإعلام ينظر لمن يسير في الركب بانه عاجز عن المواكبة وعاجز عن تقديم المبادرة، ويقبل بمسايرة الواقع السياسي ومسايرة عجز السلطة، ومراعاة رضا الحاكم وسخطه، وهذا هو مقياس لمدى ضعف الإعلام بشكل كبير؛ أي أنه لا يخرج في تبعيته عن المدى الذي يحدده الفاعل السياسي له وهو بذلك يكون أضعف أصناف الاعلام السياسي، ويمكن ملاحظة هذا النموذج في اعلام الدول النامية والدكتاتوريات المستبدة، إلا استثناءات قليلة جعلت من فاعلية الاعلام منبرا لتلميع صورة الحاكم وتكريس التخلف، أو دكتاتوريات جعلت من الاعلام الفاعل أداة من أدوات الاستبداد والتسلط.

وتطور العمل الاعلامي في الأوضاع الثلاثة آنفة الذكر رهين بمسافة الحرية التي تمنح للإعلام السياسي والتي تتحدد بدرجة الالتزام ومفهومه، والإعلام السياسي يعمل على وفق نظرية إعلامية معروفة هي نظرية (**الدق على المسمار**) وهي نظرية تعتمد على التكرار المستمر في مضمون المواد الإعلامية بهدف تثبيت الأفكار والمعلومات والآراء في أذهان الجماهير وإقناعهم بها، وتؤدي عناصر الخبرة والحكمة والإبداع دورا أساسيا في إحداث التنوع في المضمون حتى لا يتحول التكرار إلى عمل ممل، فبدلا من أن يحدث التجاوب الجماهيري مع ما هو مكرر ومطروح في وسائل الإعلام يحدث النفور ويتحول الإعلام السياسي من عامل للتوحيد الفكري إلى عامل للتشتت والفرقة على مستوى الجمهور.

ويستهدف الإعلام السياسي بصورة خاصة الرأي العام من خلال ما يقدمه من أخبار وموضوعات وصور وتعليقات وتحليلات تستهدف خلق المناخ الذي يهيئ مساندة الرأي العام لتوجهات العمل السياسي، فالرأي العام كما يرى (هربت شيلر) يمثل احد الأدوات المهمة للسيطرة الاجتماعية والسياسية في هذا العصر، ومن يسيطر عليه يحكم سيطرته على الأوضاع الاجتماعية والسياسية، ولذلك يتم توظيف برامج الإعلام السياسي ووسائله لخدمة هذا الهدف = ولكن في بعض الأحيان يفشل الإعلام السياسي في أحكام سيطرته على الرأي العام أو تحويل أنظاره عن قضايا بعينها، وفي مثل هذه الحالات يسحب البساط من تحت الإعلام السياسي، فتنطلق الشائعات كمخرج للإعلام السياسي من أزمته لأحداث البلبلة في صفوف الرأي العام حتى لا يستقر على وضع معين، وهنا تسود قاعدة العمل الاعلامي نظرية (سهر الدجاج ولا نومه).

وفي ظل تلك التصنيفات الثلاث يمكن أن نحدد نوعان من الاعلام السياسي هما[٤]:

١. الاعلام السياسي التضليلي (Misleading Political Media):

تنصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو اخفائها عن الجمهور المستقبل، ووسائله هي التلوين والرمز أو التقويم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد، وهذا النوع من الاعلام لا يمكن أن يكون سياقا دائماً بل هو اعلام آني تمليه المناسبات والحاجات والظروف أكثر من كونه منهجا ثابتا، وغالبا ما تبرز الحاجة إليه أوقات الازمات السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية .

٢. الإعلام السياسي الموضوعي (Objective Political Media):

وفيه يقوم المرسل ببث المعلومات عبر وسائل الإعلام المختلفة عن حدث معين بحيث يتركز اهتمامه على إيجاد الحقائق كما هي، دون التضليل بالتضخيم أو التحريف أو التشويه وهناك علاقة تناسبية بين الإعلام الموضوعي وطبيعة الحدث تؤثر بطريقة أو بأخرى على ابراز الحقيقة طبقا لرؤية القائم بالاتصال واثر ذلك على مصالحه.

- **نظريات الاعلام السياسي**

لقد اشار الخبراء والباحثون في مجال الاعلام والسياسة إلى ان بعض النظريات السياسية هي الأساس الذي تُبنى عليه نظريات الاعلام السياسي مثل(٥):

١. نظرية السلطة: ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيلي، وترى أن الشعب غير جدير بتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة، وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وبالرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجلات إلا انه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة .

٢. نظرية الحرية: ظهرت في بريطانيا عام ١٦٨٨م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد انه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر، ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق اكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور .

وترى هذه النظرية بأن وسائل الإعلام تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

٣. نظرية المسؤولية الاجتماعية: ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وذلك بعد ان استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس

والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية، ويرى أصحاب هذه النظرية ان الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب ان تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، ونلاحظ ان هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية، ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات ان تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب ان تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الأراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما ان للجمهور العام الحق في ان يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وان التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن ان يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف إلى ذلك ان الإعلاميين في وسائل الاعلام يجب ان يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية .

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى .

٤. **نظرية المشاركة الديمقراطية:** هي من النظريات الحديثة والاكثر تحديدا بالنسبة لنظريات الإعلام، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت ردا على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية، ويُعتبر مُصطلح (المشاركة الديمقراطية) عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهلا الاقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات، وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والاقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها .

وترى هذه النظرية ان (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى ان نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام ، ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتعطي فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها .

٥. **النظرية الماركسية (الاشتراكية):** ان الأفكار الرئيسة لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وانجلوس ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، ويمكن إيجازها في ان الطبقة العاملة هي التي تمتلك سلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها

لابد ان تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب ان تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة وهم في الأساس الحزب الشيوعي .

ان المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها طبقات لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع الطبقات، لذلك لا ينبغي ان تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع .

٦. **النظرية التنموية:** ظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينيات، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة (واك برايل) حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث فهذه النظرية تخرج عن نطاق بُعْدَي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح .

ان المبادئ والأفكار التي تضمنت هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي لأنها تعارض التبعية والهيمنة الخارجية، كما ان هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظروف السائدة إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تظافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل عن نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي .

ومما سبق يمكننا ان نستنتج بأن توجد ثلاث نظريات للإعلام السياسي هي:

١. **النظريات المتعلقة بالجمهور:** يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية أو اجتماعية . ومن أبرز هذه النظريات (**نظرية الاعتماد ونظرية الاستخدامات والإشباعات و نظرية المعالجة المعلوماتية) .**

٢. **النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:** تصنف بعض النظريات على أنها مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، وأهمها؛ (**نظرية الغرس الثقافي، ونظرية ترتيب الأولويات**).

٣. **النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي:** الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور وهي: **(التأثير المباشر- قصير المدى، ونظريات التأثير التراكمي - طويل المدى) .**

- **أهداف الإعلام السياسي ووظائفه**

للإعلام السياسي وظائف وأهداف وغايات محددة ومرسومة، فالسياسي يتحدث إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام لفرض ممارسة السلطة وكذلك الافراد الذي يشاركون في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام من أجل التعبير عن آرائهم تجاه قضاياهم، وبالتالي فإن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي في المجتمع يعتبر هو الوسيلة المثلى للإعلام

السياسي نقلاً لتلك المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام بطريقة التحليل والتفسير وتقديم وجهات النظر المختلفة لتلك المعلومات والرسائل الإعلامية لتحقيق أهداف محددة تتمثل بالآتي:

١- أي تزويد الجماهير بالمعلومات والقرارات السياسية التي تساعد على تكوين رأي عام موحد يدعم من توجهات النظام السياسي في هذا المجال .

٢- إبراز السياسات العامة للدول في المجالين الداخلي والخارجي وذلك خلال ما يقدمه الإعلام السياسي من مواد مكتوبة أو مسموعة أو مصورة .

٣- التأثير في الاتجاهات وتزويد الجماهير بالآراء السديدة حول مختلف القضايا والمشكلات السياسية والارتفاع بمستوى الوعي العام كوسيلة لتنمية روح الجماهير وحجب طاقاتها للوصول إلى تنمية المجتمع والارتقاء به .

٤- الرقابة على الحكومة وممارسة النقد الواعي والبناء كضرورة لازمة لتصحيح مسار العمل الوطني وكشف سلبياته .

٥- تدعيم الولاء والتأييد عن طريق الدعوة للإصلاحات السياسية المتركزة على المبادئ والأفكار السياسية المتفق عليها والمعمول بها والتي تهدف إلى تحقيق البناء الاجتماعي والاقتصادي . فهو يعمل على عرض وجهات نظر حول القضايا والمشكلات السياسية التي يتداولها الناس ومناقشتها وتغليب الآراء الصائبة التي تستهدف المصلحة العامة .

٦- العمل على توافق الآراء والسلوك داخل المجتمع، وذلك بتبسيط الموضوعات الفكرية المعقدة وتقريبها إلى أذهان الجماهير وعلى القائمين بمهام الإعلام السياسي أن يدركوا أن الكتابة السهلة تكون في بعض الأحيان أصعب من صياغة الكلمات في عبارات معقدة تستعصي على الفهم .

٧- العمل على نشر الحقائق والمعلومات الصادقة بتنوير الجماهير بواقعها ومشاكلها بهدف تحصينها ضد الحملات السياسية الدعائية المضادة، والعمل على رعاية الكوادر السياسية وتطوير فاعليتها وتعزيز قدراتها لضمان تكامل عناصر العمل السياسي مع عناصر العمل الإعلامي ..

٨- ترسيخ الشعور بالولاء الوطني والتأكيد على معاني السيادة والتضامن والانتماء للوطن وحبه والتضحية من اجله ومحاربة قيم السلبية والتواكل والتخلف والفرقة والتشتت .

٩- التصدي للشائعات وموجات الحرب النفسية وأساليب الدعاية المضادة وكشفها وتعزيزها للحد من تأثيرها، واضعين في الاعتبار أن كشف الحقائق ونشر المعلومات الصحيحة للجماهير هو أفضل وسيلة للحد من تأثير مختلف أشكال الإعلام المضاد والحرب النفسية . وذلك أن إخفاء المعلومات صار أمرا يكاد يكون مستحيلا في هذا العصر بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال وبالتالي فان محاولة إخفاء المعلومات يمنح الآخرين فرصة طيبة لتوصيلها محرفة مثقلة بالأهواء والمقاصد الخفية .هذا بالإضافة إلى ادوار أخرى في هذا المجال .

أما أهم الوظائف التي يسعى الاعلام السياسي إلى تحقيقها فهي:

١. وظيفة التنشئة السياسية: يقصد بالتنشئة السياسية كيفية نقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل إلى آخر، وهي تهتم بشخصية الفرد وتطويرها وفق نموذج معياري مسبق لتعميق وتعزيز قدراته السياسية بحيث يستطيع التعبير عن ذاته عن طريق سلوكيات ينتجها في الحياة

السياسية، خاصة إذا كان النظام السياسي غير رشيد، وعن طريق خلق مجتمع مدني يعتمد على قيام الاعلام السياسي بإكساب المواطن تفاصيل الحياة السياسية والقضايا الخاصة بالحملات الانتخابية والمرشحين وكل ما يخص النسق السياسي .