

وسائل الإعلام وعملية الاتصال السياسي

أ/ادير معياش

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة يحي فارس المدية

ملخص

يعتبر الاتصال السياسي كل نشاط سياسي يقوم به الساسة و الإعلاميون وأفراد المجتمع. هذه الانشطة تعكس أهداف سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الرأي العام ، من خلال وسائل الاعلام والاتصال المتنوعة ،التي يلجأ اليها رجال السياسة ويتخذونها كمنبر لتمرير و ايصال رسائلهم وأصواتهم للجمهور. كما يعتمد الاعلاميون الذين يشاركون السلطة في صناعة القرار وفي العملية السياسية على نفس الوسائل وتوظيفها لصالح مرشح او حزب على حساب مرشح او حزب اخر خاصة عندما يتعلق الامر بتقديم مادة الرأي ، و يشارك الجمهور و افراد المجتمع المدني في العملية السياسية من خلال عرض همومهم ومشاكلهم عبر وسائل الاعلام و الضغط و التأثير على الحكومة ودفعها لتغيير سياستها المنتهجة و تحسين اوضاعهم الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية ، كما يكتسبون معلوماتهم السياسية عن طريق اختيار الرسائل الاعلامية التي تلي رغباتهم الذاتية واختيار ما يناسبهم من وسائل الاعلام المتنافسة، التي تحقق لهم اكبر قدر ممكن من الاشباع الذاتي. تلعب وسائل الاعلام دور الوسيط في عملية الاتصال السياسي وتساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح لوسائل الاعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل الرأي العام ، وتعتبر وسائل الاعلام مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير اهتمامات الساسة وصناع القرار. فلوسائل الاعلام قدرة في ترتيب الأوليات السياسية للجمهور.

ان ارتباط الاتصال بالسياسة ليس جديدا إذ يرجع إلى إسهامات أرسطو في كتابيه "السياسية" و "الخطابة"، لكن الاتصال السياسي كحقل أكاديمي ومعرفي يعد ظاهرة جديدة فهو لم يبدأ إلا حديثا مع تطور الفكر و المعرفة السياسية وانتشار مفاهيم الديمقراطية و التعددية الحزبية . ويشير نيمو و ساندور في كتابيهما **hand of political communication** إلا أن أول ذكر للاتصال السياسي كمجال مستقل كان عام 1956 ، حيث ظهر كتاب بعنوان السلوك السياسي يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة و المواطن

في البداية كان الاتصال السياسي يشير الى دراسة تواصل الحكومات مع الناخبين ثم الى تبادل الحوار السياسي بين الاغلبية و المعارضة ، غير ان المجال ما لبث ان اتسع ليشمل دراسة دور وسائل الاعلام في صناعة الرأي العام في الحياة السياسية ، ليتم الاهتمام بتأثير استطلاعات الرأي في الحياة السياسية ، اما في الوقت الراهن فقد اصبح الاتصال السياسي يشمل دراسة دور التواصل في الحياة السياسية بمعناها العام بما في ذلك وسائل الاعلام و استطلاعات الرأي العام و التسويق السياسي و الدعاية مع الاهتمام بشكل خاص بالفترات الانتخابية ، فأصبح الاتصال السياسي كل تواصل موضوعه السياسة .

1- نشأة الاتصال السياسي:

يعد الاتصال السياسي ظاهرة انسانية و اجتماعية قديمة ، ظهرت منذ ظهور المجتمعات البشرية و التجمعات الانسانية ، فلقد ارتبطت المعرفة السياسية منذ الفكر اليوناني القديم بالاعتبارات الفلسفية و الاخلاقية السائدة ، فأرسطو نظر الى الانسان ككائن سياسي بطبعه يحكمه قانون اسمى ، و الدولة في وجهة نظره شركة بين قوم يعيشون معا لتحقيق افضل حياة ممكنة¹ . لكن ما كان يميز تلك المرحلة، هيمنة التنظير الفلسفي في تحليل المواضيع السياسية وغياب دراسة الاتصال السياسي بين الدولة و الجمهور السياسي . ولقد استمر الوضع على حاله حتى عصر الانوار ، بعد ظهور فلاسفة ومفكرين سياسيين و اجتماعيين امثال هوبز، جون لوك وجون جاك روسو (فلاسفة العقد الاجتماعي) ومكيافيللي الذي

حاول دراسة المجال السياسي بعيدا عن الدين و الاخلاق حيث اهتم بالحاكم و كيفية تقوية عرشه حتى على حساب المحكومين .²

إن التطورات التي عرفتھا الدول الغربية خاصة منها الاوروبية مع بروز عصر النهضة بدأت بعض الافكار الديمقراطية تظهر الى العيان مع التحولات السياسية و الاجتماعية و المعرفية الجديدة في اوروبا ، فأعيد النظر في مفهوم الاتصال السياسي خاصة مع ظهور نظرية الحرية (الليبرالية) و كذا اسهامات جون ميلتون من خلال تأكيدھ على الحرية في التعبير و في التواصل و المشاركة السياسية و رفض منطق احتكار السلطة و الايمان بالديمقراطية ، هذه الافكار هي التي عمل كانط و هيغل و ماركس وغيرهم على تفعيلھا حيث ساهموا في وضع اسس الديمقراطية الحديثة في عصر ما بعد الثورة الصناعية.

ان ما يميز هذا العصر هو بروز بعض المفاهيم التي ساهمت في بلورة وزيادة الاهتمام بالتواصل السياسي بفعل التأثير بمفهوم الديمقراطية والرأي العام وجماعات الضغط ، الانتخابات ، الأحزاب السياسية والنخب و وسائل الاعلام و غيرها.

2- مفهوم الاتصال السياسي:

يرتبط الاعلام بالمجتمع بكل نظمه و مؤسساته و تعقيداته ، حيث يعكس بناؤه في هذا الاطار " بناء و تطور المجتمع و حجم النشاط الاتصالي - أي تطور وسائل الاعلام و جماهيرها وانتقال ادوار الاتصال الفردية الموجودة في المجتمع التقليدي الى مؤسسات - و اتساع سلاسل الاتصال يعكس التطور الاقتصادي في المجتمع و الاستخدام الهادف للاتصال و السيطرة عليه ، كل هذا يعكس التطور السياسي و فلسفة المجتمع. وان مضمون الاتصال في وقت معين يعكس نمط قيم المجتمع في تلك الفترة³ و عليه تعتبر نظريات الاتصال انعكاسا طبيعيا للفلسفة الاجتماعية و السياسية أي الثقافة السائدة في المجتمع ، فالمجتمعات التي تحكمھا فلسفات ليبرالية مثلا على المستوى السياسي و الاجتماعي و الاقتصادي تفرز نظاما اتصاليا يؤمن بدور الفرد الايجابي في استقبال و ارسال المعلومات .⁴

تعد العلاقة بين النظام السياسي و الإعلام و الاتصال في أي مجتمع علاقة متينة إلى الدرجة التي يصعب معها تخيل أحدهما دون الآخر، ومهما كانت طبيعة النظام السياسي وشكله وفلسفته، أو طبيعة الإعلام وشكله وفلسفته، فإن كل النظم السياسية تحتاج إلى وسائل إعلام، لتأكيد شرعيتها وقبولها لدى الرأي العام، ولتمكينها من مواجهة مختلف الأزمات والمشاكل الداخلية والخارجية⁵

إنه من الصعب تصور العملية السياسية بدون العملية الاتصالية أو تصور الاتصال بدون سياسة ، فالعلاقة بين النظامين الاتصال و السياسة في أي مجتمع من المجتمعات المتقدمة أو النامية أو غيرها علاقة جوهرية الى درجة يصعب تصور احدهما دون الاخر فكلاهما يؤثر في الآخر و يتأثر به و إن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية بشكل خاص اكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي ، فالعلاقة قائمة إما كانت طبيعة و شكل النظام السياسي و الاتصالي ، فكل شئ في السياسة اتصال⁶

3- تعريف الاتصال السياسي:

ان الاتصال السياسي قدم قدم النشاط السياسي ،فهو ميزة الامبراطورية الاغريقية و الرومانية ، كما انه تحلل جميع الانظمة السياسية في العصر الحالي ، فدمقرطة غالبية الانظمة السياسية غيرت من طبيعة الاتصال السياسي ، فالاتصال السائد في عهد الإغريق و الرومان يختلف عن الاتصال في وقتنا الحالي نظرا لاختلاف الوسائل المستعملة ، وكذلك عدد الافراد الذين تتم معهم العملية الاتصالية ... هذا التغيير ناتج عن انتقال النشاط السياسي الى الفضاء العمومي . فالأفراد اصبحوا مقحمون في المجال السياسي وأصبحوا يؤدون دورا كبيرا في العملية السياسية وهذا راجع الى حق كل الافراد في الاعلام وكذا ارتفاع نسبة المتعلمين و انخفاض نسبة الامية⁷.

تعددت مفاهيم الاتصال السياسي ، و بقي الإجماع على تعريف موحد لهذا المفهوم غائبا، وهذا نظرا لعدم إجماع الباحثين في حقل الاتصال السياسي على تعريف موحد ، وكذلك لاعتباره نمطاً جديداً من أنماط الاتصال يحتاج للكثير من الاجتهادات.

ان الاتصال السياسي بالمعنى الحديث الدال على جملة الممارسات الرامية الى اقامة روابط بين محترفي السياسة و ناخبهم وذلك باستعمال خاص للسبل التي تقدمها و سائل الاعلام من المقال الصحفي الى الشريط و من النشر البريدي الى البريد الالكتروني و الدردشة لم يظهر إلا حديثا⁸ وقد كانت اولى محاولات التأسيس الاستيمولوجي لمفهوم الاتصال السياسي في منتصف القرن الماضي ، عندما ظهرت دراسات تهتم بعلاقة الانظمة الحاكمة بالسلوك الانتخابي للأفراد و الاهتمام بالرأي العام ودور جماعات الضغط و الأحزاب السياسية في بناء المعرفة السياسية و التأثير في التوجهات الخاصة بالجمهور المستقبل .

يمكن حصر ابرز التعريفات للاتصال السياسي من خلال بعض التعاريف المقدمة من طرف بعض الباحثين ، حيث يرى المفكر دومينيك والطن Dominique welton أن الاتصال السياسي هو فضاء واسع يتم فيه تبادل الخطابات المتعارضة من ثلاثة أطراف فاعلة تملك جزء من الشرعية السياسية و الديمقراطية وهم رجال السياسة و الصحفيون و الرأي العام من خلال سير الآراء. أما الباحث و الخبير الإعلامي schudson فيعرفه على انه عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع⁹

الاتصال السياسي هو تبادل المعلومات بين الحاكم و المحكوم من خلال قنوات رسمية او غير رسمية من اجل تلبية مطالب او تقديم خدمات و ذلك بهدف تقوية العلاقة بين الحاكم و المحكوم¹⁰

ان اول ذكر للتواصل السياسي كمجال مستقل كان عام 1956 حيث ظهر كتاب بعنوان "السلوك السياسي" يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة و المواطن، ويعرف الاتصال السياسي على انه بث الرسائل التي لها اثر او يقصد ان يكون لها ذلك في توزيع او استخدام السلطة في المجتمع¹¹

يرى فليب ريتور أن الاتصال السياسي هو ابراز العلاقات الاجتماعية الملموسة التي تربط اصحاب الوظائف السياسية (الحكام) بمختلف محترفي التواصل وكذلك بمحمل الجماعات التي يضمنون انهم يمارسون سلطتهم عليها بمختلف الوسائل ومنها الحفاظ على النظام الرمزي¹²

الاتصال السياسي هو ذلك الاتصال الذي يتخذ من الحدث السياسي فعلا او قولاً و رموزاً، سواء على المستوى الفردي او الجماعي او الحزبي ،محورا لنشاطاته وتحاليه.¹³

هو ذلك الفضاء الذي تتبادل فيه الخطابات المتعارضة من قبل الفاعلين السياسيين الذين يتمتعون بشرعية التعبير عن رأيهم في السياسة علانية وهم رجال السياسة و الصحفيون والرأي العام من خلال استطلاعات الرأي¹⁴. يركز هذا التعريف على فكرة التفاعل الذي ينشأ بين خطابات الفاعلين السياسيين الذين يتباينون من حيث المكانة و الشرعية ولكن يمثلون في الواقع بالنظر الى مواقفهم المتبادلة في الفضاء العمومي شرطا لاشتغال ديمقراطية الجماهير و تفعيلها ،وهكذا يبقى الاتصال السياسي محرك الفضاء العمومي¹⁵ .

يعد تعريف بريان ماكنير أكثر تدقيقاً عندما عرف الاتصال السياسي على انه:

- كل اشكال الاتصال التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة

- الاتصال الموجه الى الجمهور السياسي كالناخبين

- الاتصال الذي يتناول رجال السياسة كما تنقلها و سائل الاعلام عن طريق الانواع الصحفية

المعروفة¹⁶

يعتبر الاتصال السياسي احد انواع الاتصال فهو يعبر عن مجموعة الرسائل المرسله من جهة الحكام (رجال السياسة) إلى الجمهور بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات ،خطابات .. مما يبين ان الاتصال السياسي يهدف الى الهيمنة و التحكم في سلوكيات الأفراد و الجماعات و انه يسعى الى الامساك بوجهات التحريض التعبوي للحشود ،ويفتح حركة الاتصال على مجالات واسعة تبدأ من بناء الرأي العام الى توظيف الثقافة الشعبية .

ويسلط التشابك القائم بين مساحات التأثير و التوجيه، الضوء على منظومة العلاقات و التفاعلات و انتقال المعلومة و الرسالة من مختلف الفاعلين في المشهد السياسي و الذين تتوزع صفاتهم على نحو (رجال سياسة، قادة رأي، صحفيون، مستشارون...) وتشكل أوجه التعدد في أهداف الاتصال السياسي وكثرة الخطابات العامة جدلا ساخنا بين الساسة و الاعلاميين و المستشارين حول الامساك بمخرجات خطوات الفعل السياسي .وتعتبر البيئة السياسية احدى وسائل الاتصال السياسي ،من خلال التأثير المعرفي على الاتصال الشخصي و انعكاساته على السلوك السياسي للفرد ، فالأحداث و الازمات السياسية تخلق بيئة فاعلة و مؤثرة على ممارسة وسلوك الافراد و تساعدهم على المشاركة السياسية مع الأحداث و الازمات نتيجة متابعتهم للأخبار و الاحداث و التحليلات عبر وسائل الاعلام المتنوعة وكذلك يكتسب الناخبون معلوماتهم السياسية من بيئتهم المحيطة بهم في الحملات الانتخابية من خلال الاتصال السياسي عن طريق انتشار الرسائل الاعلامية التي تلي رغباتهم الذاتية .

الاتصال السياسي لا يقتصر فقط على تقنيات التأثير على الآراء و السلوكيات و المتمثلة في سبر الآراء ، التلفزيون ،الإشهار و التسويق ،و إنما صناعة سياسية تعتمد على الذكاء العلمي من خلال البحث النظري و الامبريقي و ليس مجرد أفعال مهنية¹⁷

إن أهمية الاتصال السياسي تنبع في محاولته القضاء على الإيديولوجيات السياسية، وقدرته على إعادة تقديم الحياة الاجتماعية عن طريق الفاعلين السياسيين... فإذا كان للاتصال السياسي أهمية متزايدة

،هذا راجع الى ان السياسة لا تفرض أي مبدأ ادماج او توحيد للخبرات الاجتماعية و ان الحياة العامة مليئة بالنشاطات السياسية¹⁸

يهتم الاتصال السياسي بشكل الرسالة أكثر من محتواها ،وهذا لن يتأتى إلا عن طريق المستشارين في الاتصال السياسي الذين يواجهون حملتين ،فالأولى تتمثل في حملتهم و الثانية حملة زبائنهم¹⁹

الاتصال السياسي احد نماذج علم الاتصال ،فهو يعبر عن مجموعة من الرسائل المرسله من جهة الحكام (رجال السياسة)الى الناخبين بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات ،خطابات ...و هكذا يبين الاتصال السياسي ان له هدف الهيمنة و التحكم في سلوك الجماعات²⁰

ان الاتصال السياسي هي وسيلة الرجل السياسي الايجابية التي يقوم عن طريقها بالحوار المفتوح مع الجماهير (الجمهور السياسي) بهدف ترسيخ عقيدة حزبه لديهم وكسب الدعم الشعبي لسياسة وبرامج حزبه ،حيث يستمع لملاحظاتهم و انطباعاتهم تجاهها ، فيقوم أعضاء الحزب خلال اجتماعاتهم الحزبية بمناقشة مختلف المشاكل وتقديم الاقتراحات لمعالجتها،هذه الاقتراحات تنصهر في برامج الحزب المختلفة. وتأخذ الاحزاب السياسية في عملية التواصل السياسي بمختلف وسائل الدعاية سواء كانت صحفا او راديو او تلفزيون او نشرات او الخطب التي تراها مناسبة لخدمة الايديولوجية التي تعتنقها.

يتأتى نموذج الاتصال السياسي الحديث الذي ظهر في الولايات المتحدة الامريكية منذ مطلع القرن العشرين من تشوش ثلاث نشاطات وهي : عالم الصحافة (خصوصا السمعية البصرية)،عالم العلوم الاجتماعية و التسويق وعالم الخبراء في الاتصال المائلين في محيط محترفي السياسة²¹

فالالاتصال السياسي جرى انشاؤه في البلدان الانجلوسكسونية كموضوع مشروع للدراسات ، فالأطر التحليلية التي تطرحها و تفرضها العلوم الاجتماعية في الولايات المتحدة الامريكية ستقوم لأمد طويل بتوجيه معظم الاعمال المحققة تحت الرمز التصنيفي "اتصال سياسي " للاهتمام بالآثار التي تتركها الرسائل السياسية في المواطنين لا سيما في سياق الحملات الانتخابية و كذلك حول مختلف استعمالات المواطنين العاديين للخطب السياسية.

الدور السياسي لوسائل الاعلام:

قبل الخوض في الأدوار السياسية لوسائل الإعلام، لابد من تقديم تعريف لعملية الاتصال، والتي هي الأساس لأي وسيلة إعلامية، كون كل وسيلة إعلامية تقوم بعملية اتصال بينها وبين

الجمهور، وبين النظام السياسي والجمهور. فالمعنى الواسع لعملية الاتصال يظهر بأنها تمثل حلقة الوصل بين الرأي العام وصانعي السياسات والقرارات، وهي من شأنها أن تخلق التفاعل الطبيعي بين اهتمامات الرأي العام وقضاياه المختلفة والمتنوعة، وبين قرارات السلطة السياسية في الدولة²²

هذا التعريف يقدم رؤية حول الدور السياسي لوسائل الإعلام، فالرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الإعلام تقوم بإدارة الحوار داخل المجتمع، وبناء الأولويات للرأي العام، والتعبير عنها وإيصالها لصانعي القرار، فيما أصبحت وسائل الإعلام تتمتع بكونها مصدر المعلومات التي لا بد أن يعتمد عليها صانع القرار والمواطن على السواء، بالإضافة إلى أنها تؤثر في اتخاذ السلطات للقرارات أو الامتناع عنها، وذلك كله يحدث في دول ديمقراطية تتمتع فيها وسائل الإعلام بهامش كبير من الحرية.

تبرز أهمية وسائل الاعلام و الاتصال الجماهيري في عملية الاتصال في النقاط التالية :

- تتميز هذه الوسائل بقدرتها على التوصيل السريع و السهل للأفكار و المعلومات
- تساهم هذه الوسائل في مخاطبة فئات كبيرة من وقطاعات واسعة الانتشار من الجماهير في وقت واحد

- تساعد هذه الوسائل في تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات و المعارف.

- تتصف هذه الوسائل بالتنوع بما يتناسب مع مقابلة ما بين الافراد من اختلاف في خصائصهم.²³

تشير الدراسات الخاصة بوسائل الاعلام الى ان الاتصال ليس مجرد وظيفة للأنظمة السياسية يرتبط بعلاقات تأثير متبادلة مع النظم السياسية و الاجتماعية و الثقافية انما هو في الاساس على حد تعبير الباحث الأمريكي ولبر شرام WILBER SHRAM"المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية ومن هنا يصبح لوسائل الاتصال الجماهيري دور وظيفي هام في إطار العملية السياسية و الاجتماعية²⁴

تعد وسائل الإعلام من المصادر المتاحة أمام القادة السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود أفعال الجماهير نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي.

ويعتبر قطاع الإعلام في الوطن العربي المصدر الرئيسي للمعلومات والثقافة للمواطن العربي بصفة عامة. هذا الدور يكبر ويزداد كلما تراجع دور المؤسسات التعليمية المتمثلة في المدارس والجامعات. وبسبب

الحجم الضخم للأمية في الدول العربية، فإن الإعلام بات هو الأداة الأساسية للثقافة، والمصدر الأول للمعلومات في هذه الدول²⁵

وإذا كان الإعلام يلعب دور الوسيط في الاتصال السياسي، فإن وسائل الإعلام تعتبر مرآة المجتمع العاكسة لأهم قضاياها. هناك نوعان من الجمهور يؤثر فيهما الإعلام السياسي: جمهور نخبوي تتأثر به وبطبيعة القضايا المهمة التي تشغله، وجمهور عام يسهل التأثير عليه.

وسائل الإعلام نوعان ، فالأول إعلام حر ومستقل وهو أكثر حرية في تسليط الأضواء على المشاكل السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم الجماهير، ويواجه النقد من قبل الجمهور إذا أهمل قضايا المهمة في المجتمع، والثاني الإعلام الرسمي في المجتمعات النامية، حيث تضيق الحريات في تلك المجتمعات ويحل محلها التهليل للنظام السياسي والترويج له.

فالصحافة الأمريكية التي كانت مزودة بمهارات خاصة كانت تستند الى إيديولوجية مهنية تخضع الاراء منها اراء رجال السياسة لمثال الموضوعية خاصة بعد الحرب العالمية الاولى ردا على "حشو الجمجمة ، هذا التصور للإعلام يسهل عدم انحياز و سائل الإعلام خاصة عندما يتعلق الامر بالمواضيع السياسية ، و الاعتماد على استطلاعات الرأي التي من شأنها الإحاطة بالمظاهر السياسية و تناولها بطريقة موضوعية لإعلام قرائها ،فجريدة Washington post كانت تنشر الاستطلاعات منذ سنة 1935 ،وان منافستها في الصحافة النخبوية new York times تبعتها بعد عامين فالعمود الصحفي الذي كان يقدمه جورج غالوب²⁶ تحت عنوان "أمريكا تتكلم" كان يعاد نشره منذ سنة 1940 في أكثر من مائة مطبوعة صحفية .

تضطلع وسائل الإعلام بشكل خاص بادوار مهمة في المجتمع الحديث فبدونها لا يمكن ان يتحقق التفاعل الاجتماعي و السياسي و الاقتصادي في مجتمع قائم على اسس حديثة ، فالمجتمعات البدائية استطاعت ان تقيم العلاقات المتشابكة الضرورية من خلال الاتصال الشخصي المتبادل و لكن مع نمو المجتمع فان تدخل وسائل الاعلام و الاتصال اصبح امرا ضروريا و الاتصال في ابسط معانيه عملية تقوم على تبادل المعلومات بين اطراف مؤثرة و متأثرة على نحو يقصد به و يترتب عليه تغيير في المواقف و السلوك²⁷

ان تأثر علم السياسة بكل العلوم الاجتماعية دفع الباحثون الى محاولة التنظير الفعلية لما يسمى بالاتصال السياسي من خلال دراسة العلاقة بين الانظمة في التأثير على سلوك الناخبين مثلاً، وتحديد دور الجماعات النشيطة في المجتمع

ان محيط عالم العلوم الاجتماعية في الولايات المتحدة الامريكية لا سيما علاقته بالعلوم التطبيقية كالنسويق ، يسمح بفهم الانجذاب المبكر لسبر الآراء ، فتحليل الرأي يستوجب علم النفس الاجتماعي و كان ذلك عن طريق هادري كانتريل و غوردون البورت وكذلك عالم الاجتماع بول لازارسفيلد الذي اظهر في كولومبيا اهتماما شديدا بدراسة الخيارات السياسية خلال الحملة الانتخابية عن طريق استطلاعات الرأي²⁸ حين استعان لازارسفيلد و معاونوه بالمنهجية ذاتها اكبوا على استماع الراديو حتى يحيطوا بالمؤثرات المحتملة لوسائل الاعلام الجماهيري و بنحو خاص تأثيرات الاعلان في خيارات الاستهلاك²⁹

ان نجاح استطلاعات الرأي العام في الولايات المتحدة لم يكن صدفة و انما بمساهمة عدة اطراف من صحفيين ، جامعيين ، مديري المراكز و الوكالات الذين حولوا هذه التقنية الى "صناعة" استطلاعات الرأي ، فتنبأ غالوب الصحيح سنة 1936 عندما اعلن معهده اعادة انتخاب روزفلت قوى كثيرا من صدقيه الأداة ، غير أن محترفو السياسة اظهروا تحفظا في بداية الامر فانتظروا سنوات الخمسينات و بالأخص حملة 1960 الرئاسية ليتحولوا نهائيا الى اعتماد التقنية.

ان مؤشر القوة الاجتماعية لصناعة الاستطلاعات هو في قدرتها على على تجاوز نكساتها كما حدث ابان الانتخاب الرئاسي لسنة 1948 ، حيث كان الاقتراع الذي يضع الرئيس المنتهية عهده هاري ترومان (ديمقراطي) في مواجهة منافسه الجمهوري توماس ديوي ، فقد سجل الزلة الاولى التي ستليها زلات في تاريخ الاستطلاعات ، ففي أثناء الأسابيع السابقة للاقتراع اعلن انتصار مريح ل "ديوي" أما الرئيس ترومان المعاد انتخابه فقد استهزأ بالجريدة التي تعلن انتصار ديوي حيث اخذ الجريدة التي تحمل الخبر و هو يقهقه . لكن صناعة الاستطلاعات المعيبة سرعان ما اعادت رفع رأسها فقد اعاد تنشيط هذا المرفق وزنه الاقتصادي البالغ الازدهار وكثرة حلفائه من مختبرات جامعية ، جرائد ، وكالات دراسة السوق³⁰

ومع بداية سنوات الخمسينات اصبح يعتمد على المستشارين في التواصل السياسي ، بداية بالحملة الانتخابية وبطريقة دائمة ابتداء من سنة 1960 فحتى هذا التاريخ كان مستشارو الاتصال السياسي العاملون بوقت كامل يعدون على اصابع اليد ، ويأتون في غالب الاحيان من قطاعات الاعلان و

التسويق ووكالات الاتصال، ولم يتميز نشاطهم المهني بالاستقلالية الى في نهاية العقد كما يشهد على ذلك انشاء رابطة مهنية مكرسة تماما للمجلس السياسي (AAPC) الرابطة الأمريكية للمستشارين سنة 1969³¹

في معظم الديمقراطيات التمثيلية المعاصرة يدل الاتصال السياسي الحديث على مجمل الافعال التي يقودها محترفو التواصل السياسي العاملون لحساب محترفي السياسة و المتوجهون الى المحكومين، وليس بمقدور أي نظام سياسي حديث ان يعمل بدون مساعدة وسائل الاتصال... ذلك ان الاتصال المشتغل بالمسائل السياسية يكون عادة اداة مساعدة للسياسة، ينقل سياسات صناع القرارات الى الشعوب، ويبلور اتجاهات و مواقف الشعوب حتى يستفيد منها صناع القرارات فهو العنصر الدينامي للوجود السياسي الذي يعني بنقل الرسائل فيما بين اجزاء النظام الاجتماعي .

تكرس النظم السياسية كلها مساحات و اوقات في وسائل الاتصال لمشاكل الحكومة... وقد وجد "القائمون بالاتصال" في الاهتمام المشترك من افراد الشعب كلهم الذي تحظى به أنشطة الحكومة سبيلا للوصول الى المزيد من القراء و المستمعين و المشاهدين

ويرى السياسيون ان القائمين بالاتصال السياسي يحتاجون الى قنوات اتصال جماهيري تحضى بمصادقية الجماهير و بالمثل يرى الاعلاميون انهم لا يمكنهم تأدية مهمتهم في الاتصال السياسي دون ان يكونوا على صلة بالسياسيين للحصول على الاخبار و التعليقات... فهم مشاركون في العملية السياسية ، ولعل من اهم الوسائل التي يشاركون من خلالها في العملية السياسية ، تركيز الانتباه على قضايا معينة، ومن ناحية اخرى تضطلع وسائل الاتصال بدون اضافة الشرعية على النظام السياسي لان بقاءها مرهون ببقاء النظام نفسه³²

هناك الكثير من النماذج التي تؤكد العلاقة المتينة بين الاتصال و السياسة، ويبقى خروج الرئيس "نيكسون" من البيت الابيض اثر قضية "ووتر غيت" التي فجرتها أوائل السبعينات صحيفة "واشنطن بوست" من أشهر النماذج الدالة على قوة تأثير الاتصال على السياسة وأكثرها اهمية . وقد قيل وقتها ان نيكسون كان ضحية الإعلام مرتين ، الأولى عندما هزمه التلفزيون — في الاشارة الى مناظرته الشهيرة مع الرئيس الراحل جون كينيدي قبل ايام من انتخابات الرئاسة الامريكية عام 1960 و التي تفوق فيها

كينيدي تليفزيونيا مما ادى الى خسارة نيكسون المعركة التلفزيونية - و الثانية عندما أطاحت به صحيفة "واشنطن بوست" بكشفها أسرار "ووترغيت" التي أدت إلى استقالته من رئاسة الجمهورية عام 1973³³ ومن النماذج التي تؤكد دائما العلاقة بين الاعلام و السياسة ايضا فشل فرنسوا ميتران في الانتخابات الفرنسية لمرتين و في المرة الثالثة استعان بخبراء الاتصال السياسي الذين نصحوه بتعديل انيابه ليبدو وديعا بعدما كان يبدو عدوانيا للمشاهدين ، كما نصحوه كذلك بتغيير اسلوب خطابه ليصبح بسيطا يصل الى الجميع بعدما كان اكاديميا .³⁴

وبشكل عام فان الاثر السياسي للاتصال ، باستخدام وسائل الاعلام يظهر واضحا في تأثير الإعلام على المستوى الفردي ، لا سيما ما يتصل بالقيم و السلوك و الاقناع او التعبئة ، كما يظهر على المستوى الجماعي من حيث درجة التكامل او التفكك الاجتماعي و القابلية للتصديق... يضاف الى ذلك ما قد يكون من تأثير على المستوى الوطني من حيث التكامل السياسي ومدى وجود ثقافة واحدة او عدة ثقافات و المواقف من التنمية ومدى التوازن في الاعلام ما بين المدن و الريف و تجمع البدو الشعبيات³⁵ ومن هنا تبرز لعبة الاستحواذ على السلطة للاستحواذ على وسائل الاعلام و الاتصال واضحة في البلدان النامية و ذلك للدعاية و تحميل صورة النظام السياسي امام الجمهور . ففي الدول العربية و النامية تتجه السياسات الاتصالية الى دعم سلطة النظام القائمة و توجهاته في جميع المجالات وخدمة مصالحه على النحو الذي يخدم تماسك النظام و استمراره مما نجم عنه ان اصطبغ مضمون الاتصال في معظم اشكاله في بعض الاقطار بالصبغة الدعائية المباشرة التي تعزز مصالح النظام و اهدافه و تغرس الولاء له في عقول الجماهير³⁶

وعلى العكس من ذلك نجد وسائل الإعلام في الدول الديمقراطية هي التي تمارس الضغط على النظام السياسي خاصة عندما يتعلق الامر بالشؤون الداخلية لهذه الدول اما عندما يتعلق الامر بالسياسات الخارجية خاصة علاقة الغرب بالقضية الفلسطينية او علاقتها بالدول الاسلامية فان هذه الانظمة تمارس ضغطها على وسائل الاعلام من حيث وظائفه ومضمونه وحجمه ، بكونه سلاحا بيد في يد صانع السياسة الخارجية لهذه الدول.

فوسائل الاعلام و الاتصال اداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات و قرارات المؤسسة السياسية ، كما ان السلطة السياسية بدورها تمارس الرقابة و التأثير على وسائل الاعلام لتصبح ضمن ادواتها في تحقيق اهدافها السياسية.

خاتمة:

لقد برزت اهمية وسائل الاعلام ودورها منذ القدم ،فقد كان دورها في الانظمة السلطوية يقتصر على خدمة السلطة بجميع نشاطاتها ، حيث حرصت هذه الانظمة الشمولية و السلطوية على امتلاك هذه الوسائل و فرض الرقابة الشديدة عليها دراية منها للدور الذي تلعبه في الحياة السياسية ،فكانت هذه الوسائل في يد السلطة تدعم توجيهاتها و تحسن صورتها أمام الجمهور ، أما في وقتنا الراهن فقد اصبحت هذه الوسائل تتمتع بحرية التعبير عن الاراء و نشر الاخبار و الحقائق وتقدم صورة شاملة لما يحدث في العالم الخارجي خاصة مع التطور التكنولوجي وظهور الاقمار الصناعية التي الغت الحواجز الجغرافية فأصبح العالم قرية صغيرة على حد تعبير العلامة مارشال ماكلوهان .فوسائل الاعلام و الاتصال لا تعد فقط ادوات اعلامية تنبأنا على ما يجري حولنا من احداث بل تعتبر ايضا وسائل فاعلة في اقناع الجماهير و حملهم على اعتناق سياسات و كسب تأييد الرأي العام تجاهها ، فوسائل الإعلام الحرة تقوم بتنوير جمهورها وتوجيهه و قامة جسور التخاطب و تبادل المعلومات بين الحكومة صاحبة السلطة في الدولة و الجمهور من اجل البحث عن الحلول ورفع مستوى الاداء السياسي في الدولة .اما اذا كانت هذه الوسائل تابعة للسلطة بطريقة مباشرة او غير مباشرة فتقوم بتضليل الجمهور و تزيف الحقائق و تكون اداة في يد السلطة و بوقا تنفخ فيها ما تشاء ، كما هو الحال في بعض الدول المتخلفة التي لا تزال فيها اغلبية وسائل الاعلام -حتى الخاصة منها- تؤيد الانظمة الحاكمة حتى ان كانت تسلطية حفاظا على مصالحها.

فوسائل الاعلام مصدرا مهما من مصادر التنشئة السياسية ، فمن خلال ما تقدمه من معلومات و متابعتها للأحداث السياسية تنمي من درجة الوعي و المعرفة السياسية لدى الجمهور و التأثير فيهم و تشجيعهم على المشاركة الفعالة في العملية السياسية ، لذا اهتمت الدول بدور وسائل الاعلام في توجيه الحياة السياسية ، فاعتبرت منبرا للحوار و الجدل السياسي من اجل تنوير الرأي العام بالأفكار و المعلومات ن و ان يكون الرأي العام عنصرا مكونا للعملية السياسية و مواكبا و متابعا لما يقدم عبر وسائل الاعلام

فلكي تحافظ هذه الوسائل -خاصة في الدول المتخلفة - على جاذبيتها و اهتمام الجمهور بها لابد ان تقدم ما يهم الجمهور من خدمات اخبارية تحليلية و طرح سياسي موضوعي جاد و آراء هادفة وذلك من خلال تناول القضايا السياسية الوطنية و الاقليمية و الدولية التي بإمكانها ان تعمق العلاقة بين وسائل الاعلام و جمهورها.

قائمة المراجع

باللغة العربية:

- احمد رشتي جيهان ، نظم الاتصال :الإعلام في الدول النامية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، دت
- أسداه محمد ، حافظ اسماعيلي ، "الارافة في التواصل السياسي :آليات الحوار وإستراتيجية الحجاج و المغالطة" ، مجلة علامات ، العدد 27 ، 2007 .
- الحونسي حمد علي ، إشكالية الإعلام السياسي والنظام الدولي الجديد ،(1990-2003)، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الاردنية ، 2004
- الرميحي محمد ، "صناعة الرأي العام ... او الإعلام الصناعي" ، مجلة العربي ، العدد 396 ، نوفمبر 1991 ، ص
- السراج عبد العزيز ، "الدعاية و استراتيجيتها التواصل ، الدعاية السياسية نموذجاً" مجلة علامات ، العدد 26 ، 2006 ،
- العتيبي سعود محمد ، نمط الاتصال السياسي داخل الأسرة السعودية :محدداته ونتائجه، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ، مجلد 27 ، العدد، 2000 .
- العويني محمد علي ، الإعلام الخليجي ، ط1 ، مكتبة الانجلومصرية ، القاهرة ، 1984
- المنوفي كمال ، نظريات النظم السياسية ، ط1 ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1985
- بسيوني ابراهيم حمادة ، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي ، ط1 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 1993 .

- بن محمد بن عبد العزيز ال سعود سعد بن سعود ،الاتصال السياسي في و سائل الإعلام و تأثيره في المجتمع السعودي ، ط1،جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية ،الرياض ،2006.
- ثناء فؤاد،عبد الله آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي،ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997
- جعفر عباس كمال الدين ،الاتصال السياسي ،ط1،المكتب الإسلامي،بيروت،2004
- حميد علاء ،"الاتصال السياسي"مجلة النبأ،العدد83 ،تموز2006 في <http://www.annabaa.ogr/nbahome/nba83/008.htm> .
- راسم محمد جمال،الاتصال و الاعلام في الوطن العربي،ط1،منشورات مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت،1991،
- ريتور فليب ، سوسيولوجيا التواصل السياسي ،(تعريب خليل احمد خليل)، ط1،دار الفارابي ،بيروت ،2008
- سحاب الياس ، الإعلام العربي :أزمة داخلية اولا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر،بيروت،1993 .
- عبده عزيزة ، الإعلام السياسي والرأي العام :دراسة في ترتيب الأولويات ، ط1 ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2004
- علي سعد إسماعيل ،الاتصال و الرأي العام ، مبحث في القوة و الايديولوجية ،ط2 ،دار المعرفة الجامعية ،1981،
- محمد رضا مزوي، "سير الآراء السياسية"،المجلة الجزائرية للعلوم السياسية و الاعلامية ،العدد3 شتاء 2004/2003 ،دار هومة للنشر و التوزيع ،الجزائر ،2004.

باللغة الأجنبية:

- Cotteret Jean Marie, gouvernant et gouvernés, éd presse universitaire de France ,Paris,1973.

- Gerstlé Jacques, la communication du politique ,effet des medias et transformations de l'espace public, œuvre collectif sous la direction de Ioan Dragan ,ed : l'harmatton,France, 1999.
- Lazarsfeld P , Berelson B et Gaudet H, the people's choice ,Columbia university press,new york,1944.
- Katz E , Lazarsfeld P , personal influence, free press , glencoe,1955
- Lilleker. G Darren ,key concept in political communication,1st ed, sage publications, Ltd,London,2006.
- Marek Phillipe,le message télévisé, Mots no 20,septembre 1989
- Mc nair Brian, an introduction to political communication, ed routeledge, London , 2003.
- Thoveron Gabriel, la communication politique aujourd'hui, éd : édition universitaires, Paris,1990.
- Touraine Alain « communication politique et crise de représentativité », revue Hermès, éd :cnrs, Paris,1989.

الهوامش

¹ سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز ال سعود،الاتصال السياسي في وسائل الإعلام و تأثيره في المجتمع السعودي ،ط1،جامعة الإمام محمد بن

سعود الاسلامية ،الرياض ،2006،ص37.

² للمزيد من التفاصيل ،انظر كتاب مكيافيللي "الامير"

³ جيهان احمد رشدي ،نظم الاتصال :الاعلام في الدول النامية ،دار الفكر العربي ، القاهرة ،دت،ص85 .

⁴ حمادة بسيوني ابراهيم ،دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي ،ط1،مركز دراسات الوحدة العربية ،1993،ص171 .

⁵ عبد الله ثناء فؤاد،آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي،ط1،مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997،ص309

⁶ كمال المنوفي ،نظريات النظم السياسية ،ط1،وكالة المطبوعات ،الكويت ،1985، ص147 .

⁷ Darren G.LILLEKER ,key concept in political communication,1st ed, sage publications, Ltd,London,2006 ,p5.

⁸ فليب ريتور ، سوسولوجيا التواصل السياسي ،(تعريب خليل احمد خليل) ، ط1،دار الفارابي ،بيروت ،2008، ص47 .

⁹ حمد علي الحونسي ، إشكالية الإعلام السياسي والنظام الدولي الجديد ،(1990-2003)،رسالة ماجستير غير منشورة ،الجامعة الاردنية ،2004،ص16.

¹⁰ Jean Marie COTTERET ,gouvernant et gouvernés, éd: presse universitaire de France ,Paris,1973,p3.

¹¹ عبد العزيز السراج ،"الدعاية و استراتيجية التواصل ،الدعاية السياسية نموذجاً"مجلة علامات ،العدد 26 ،2006 ،ص77

¹² فليب ريتور،مرجع سابق،ص15.

¹³ كمال الدين جعفر عباس ،الاتصال السياسي ،ط1،المكتب الإسلامي،بيروت،2004 ،ص46.

¹⁴ محمد أسداه،حافظ اسماعيلي،"الارافة في التواصل السياسي:آليات الحوار وإستراتيجية الحجاج و المغالطة" ،مجلة علامات ، العدد27

،2007 ص137

¹⁵ محمد رضا مزوي،"سير الآراء السياسية"،المجلة الجزائرية للعلوم السياسية و الاعلامية ،العدد3 شتاء 2003/2004 ،دار هومة للنشر و التوزيع ،الجزائر ،2004،ص101.

¹⁶ Brian Mc nair,an introduction to political communication ,ed routeledge,london, 2003,p4.

¹⁷ Jacques Gerstlé,la communication du politique ,effet des medias et transformations de l'espace public, oeuvre collectif sous la direction de Ioan Dragan ,ed : l'harmatton,France, 1999,p22.

¹⁸ Alain Touraine « **communication politique et crise de représentativité** »,revue Hermés, ed :cnrs, Paris,1989 ,pp 43-51.

¹⁹ Gabriel Thoveron , la communication politique aujourd'hui,ed : edition universitaires,Paris,1990,p40.

²⁰ علاء حميد،"الاتصال السياسي"مجلة النبأ،العدد83 ،تموز 2006 في

<http://www.annabaa.org/nbahome/nba83/008.htm>:

²¹ فليب ريتور ،مرجع سابق ،ص49 .

²² حمادة ، بسبوني إبراهيم،مرجع سابق ،ص17

²³ سعود محمد العتيبي،نمط الاتصال السياسي داخل الاسرة السعودية :محدداته ونتائجه،مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ،مجلد 27 ،العدد1،2000 ،ص16.

²⁴ عزيزة عبده ، الإعلام السياسي والرأي العام :دراسة في ترتيب الأولويات ، ط1 ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2004 ،

ص48

²⁵ الياس سحاب، الإعلام العربي :أزمة داخلية اولاً ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر،بيروت، 1993 ، ص78.

²⁶ استاذ سابق في الصحافة و مدير بحوث التسويق لدى وكالة إعلانات يونغ و روبيكام و مؤسس المعهد الامريكى الرئيسي

²⁷ اسماعيل علي سعد ،الاتصال و الرأي العام ، مبحث في القوة و الايديولوجية ،ط2 ،دار المعرفة الجامعية ،1981،ص23.

²⁸ انظر : P Lazarsfeld,B Berelson et H Gaudet, the people's choice,columbia university

press,new york,1944.

²⁹ انظر : E Katz ,P Lazarsfeld , personal influence, free press , glencoe,1955

³⁰ فليب ريتور ، مرجع سابق ،ص52.

³¹ نفس المرجع،ص53 .

³² حمادة، بيسوي ابراهيم، مرجع سابق، ص73.

³³ محمد الرميحي، "صناعة الرأي العام... أو الإعلام الصناعي"، مجلة العربي، العدد 396، نوفمبر 1991، ص

³⁴ Phillipe MAREK, le message télévisé, Mots no 20, septembre 1989, p24.

³⁵ محمد علي العويني، "الإعلام الخليجي، ط1، مكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 1984، ص342.

³⁶ محمد جمال راسم، الاتصال و الاعلام في الوطن العربي، ط1، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991، صص 52-53..