



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية بعنوان:

"الاتصال السياسي"

موجهة لطلبة السنة ثانية ماستر سمعي بصري

إعداد: د. عائشة كريكت

السنة الجامعية: 2025-2026

بطاقة تقنية حول مادة :الاتصال سياسي

عرض التكوين :ل.م.د.

ماستر: أكاديمي

الميدان :العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

الفرع :الإعلام والاتصال

التخصص :سمعي بصري

المستوى :سنة ثانية

السداسي :الثالث

نوع الوحدة :وحدة تعليم استكشافية

الحجم الساعي للمادة :ساعة ونصف أسبوعيا

رصيد/معامل المادة: 01 /01

طريقة التقييم :امتحان كتابي 100%

أهداف تعليم المادة

تهدف المادة الى:

- ✓ يفهم الطالب مجال الاتصال السياسي وكيفية تبادل الخطاب السياسي
- ✓ يتعرف الطالب على مراحل نشأة الاتصال السياسي
- ✓ يفسر مختلف مستويات الاتصال السياسي
- ✓ يبني الطالب القنوات المناسبة للاتصال السياسي
- ✓ يحدد الطالب وظائف الاتصال السياسي
- ✓ يصنف الطالب وظائف الاتصال حسب النظم السياسية وينقدها
- ✓ يستخلص الطالب العلاقة بين وسائل الإعلام وعملية الاتصال السياسي

المعارف المسبقة المطلوبة

يتعين على الطالب ان يلم ببعض المعلومات القبلية حول:

أ. مفهوم الاتصال السياسي ومستوياته

ب. وظائف الاتصال في الحياة الاجتماعية

ت. النظريات المفسرة للإعلام والاتصال

ث. وسائل الإعلام

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ	مقدمة.....
	الفصل الأول: مدخل عام للاتصال السياسي
03	1. مفهوم الاتصال السياسي والمفاهيم المشابهة.....
07	2. العلاقة بين الاتصال والسياسة.....
12	3. نشأة الاتصال السياسي.....
	الفصل الثاني: مستويات الاتصال السياسي وقنواته
15	1. مستويات الاتصال السياسي.....
21	2. قنوات الاتصال السياسي.....
	الفصل الثالث: وظائف الاتصال السياسي
29	1. البعد البنيوي والوظيفي للاتصال السياسي.....
30	2. الوظائف السياسية للاتصال.....
37	3. النظام السياسي ووظائف الاتصال في المجتمع.....
	الفصل الرابع: العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي وقنواته
43	1. طبيعة النظام السياسي.....
43	2. طبيعة النظام الإعلامي.....
45	3. العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.....
47	4. العوامل الخارجية.....
	الفصل الخامس: وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي
50	أولاً: دور وسائل الإعلام في الاتصال السياسي.....
50	1. دور الصحافة المكتوبة في الاتصال السياسي.....
54	2. دور الإذاعة في الاتصال السياسي.....
58	3. دور التلفزيون في الاتصال السياسي.....
61	4. شبكات التواصل الاجتماعي والاتصال السياسي.....
64	ثانياً: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي.....
68	خاتمة.....
69	قائمة المراجع.....

إنّ الاتصال السياسي من أهم المواد في تخصص الإعلام والاتصال، والذي يتضمن الحديث عن الاتصال في علاقته بالسياسة، سواء كان اتصال شخصي، جمعي أو جماهيري (الإعلام) وهذا لأن السياسة من أحد أهم المجالات التي يستخدم فيها الاتصال خاصة في عالم اليوم الذي يتميز بتنوع الأنظمة الحاكمة وتنوع الأنشطة السياسية، إضافة الى تزايد المشاركة السياسية للمواطن والذي يمثل الجمهور في هذه العملية الاتصالية، والتي جاءت نتيجة الوعي السياسي خاصة في السنوات الأخيرة بعد ثورات الربيع العربي.

لذا فهذه المادة تسمح بفهم دور الاتصال في الحياة السياسية وكيف يتم ممارسته، إضافة إلى أطرافه ووسائله، لكي يتمكن الطالب بعد التخرج من ممارسة هذا الاتصال خاصة بالنسبة للمكلفين بالإعلام عبر الأحزاب السياسية والحملات الانتخابية، او بالنسبة للصحفيين عند تغطية الأخبار.

وعليه جاءت هذه المطبوعة البيداغوجية ممثلة في فصولها الخمسة لتوضيح أساسيات ممارسة الاتصال السياسي، حيث خصص **الفصل الأول** كمدخل عام للاتصال السياسي والذي سنوضح فيه : المفاهيم الأساسية والمشابهة، العلاقة بين الاتصال والسياسة ونشأة الاتصال السياسي وتطوره عبر مراحل مختلفة.

أما **الفصل الثاني** فقد كان حول أهم مستويات الاتصال السياسي وقنواته المختلفة، في حين **الفصل الثالث** خصص للتعلم في وظائف الاتصال السياسي من حيث الوظائف السياسية للاتصال ثم الوظائف حسب النظم السياسية.

الفصل الرابع تناول العوامل المؤثرة على الاتصال السياسي، ليتم الاختتام **بالفصل الخامس** المعنون بوسائل الإعلام وصنع القرار السياسي، الذي سيفصل في دور وسائل الإعلام في الاتصال السياسي عامة ثم دورها في صنع القرار السياسي.

الفصل الأول: مدخل عام للاتصال السياسي

1. مفهوم الاتصال السياسي والمفاهيم المشابهة
2. العلاقة بين الاتصال والسياسة
3. نشأة الاتصال السياسي

1. مفهوم الاتصال السياسي والمفاهيم المشابهة

1.1. الاتصال السياسي Political Communication

للوصول الى تعريف الاتصال السياسي لا بد من تعريف بعض المفاهيم ذات العلاقة ومنها:

❖ الاتصال

إن الاتصال هو كل علاقة نقيمتها مع طرف آخر له استعداد الاستجابة لهذا الفعل، ومن هنا فإن الاتصال هو علاقة مشتركة بين طرفين، أو أطراف عديدة. الأمر الذي جعل علماء اللغة العربية يطلقون كلمة اتصال على طرفين بينهما وصلة، أي علاقة متبادلة.

كما أن الغربيين اشتقوا كلمة اتصال communication من الكلمة اللاتينية communis التي يقابلها في اللغة الفرنسية كلمة commun والتي تعني إقامة رسالة مشتركة مع شخص آخر، أو جماعة أخرى.

أما دائرة المعارف البريطانية فعرفت الاتصال: بالأسلوب الذي يتم بواسطته تبادل بين الأشخاص، من خلال نظام متعارف عليه، أو بواسطة إشارات محددة (بن مرسل، 1998، صفحة 78)

❖ السياسة

- اشتقت كلمة سياسة Politics من اللغة اليونانية من كلمة Polic وتعني الدولة المدنية City-state وكان يقصد بها القلعة في قلب المدينة بأكملها متضمنة ساكنو الضواحي الذين يشاركون في سياسة تلك المدينة وأعمالها.

وتتلخص في دراسة أعمال وأقوال رجال الدولة، وكل من له تأثير عليها، وتحليل الوقائع وتفسير الأحداث الهامة، وقد استخدمت عبارة السياسة بشكل عام لتعني الدراسة المنظمة لمعاملات الدولة عن طريق تطبيق الطرق العلمية على الوقائع اليومية.

يتباين علماء السياسة في العصور القديمة والمعاصرة في تحديد مفهوم واحد للسياسة والظاهرة السياسية، فيلاحظ عدم الاتفاق على مفهوم واحد للظاهرة السياسية، إلا أن هناك عدة اتجاهات يمكن تحديدها في:

أولاً: الظاهرة السياسية هي ظاهرة الدولة وعلمها هو علم الدولة، وتعتبر الدولة بذلك محور الفكر السياسي والسلوك السياسي.

ثانياً: الظاهرة السياسية هي ظاهرة السلطة، وعلمها هو علم السلطة وتعتبر السلطة بذلك هي محور الفكر السياسي والسلوك السياسي

- ويعرفها "هارولد لازويل" أنها النشاطات التي تقوم بها جماعة النخبة القوية من أجل تحقيق مصالحهم الخاصة باستخدام السلطة، ودراسة السياسة هي دراسة التأثير ومن يمارسه، أما المؤثرون فهم أولئك الذي يحصلون على أكثر مما يمكن الحصول عليه، وهم جماعة النخبة والبقية هي عامة الشعب (الهاشمي، 2009).

- السياسة من منظور النظام السياسي: هي عبارة عن توزيع للقيم أو ما يعرف بالحاجات المادية والمعنوية داخل المجتمع بطريقة سلطوية، أي بمعنى تواجد قوة وسلطة تمنح الصلاحيات للنخبة وصناع القرار من اتخاذ مجموعة من القرارات والأنشطة المرتبطة بالصالح العام (عويشة، 2021، صفحة 75) وعليه فان:

❖ الاتصال السياسي

هو ظاهرة إنسانية واجتماعية وثقافية قديمة قدم التجمعات البشرية، وعلى الرغم من قدمها كممارسة فان الظاهرة لم تخضع للتحليل الاستمولوجي والتدقيق المعرفي إلا أواسط القرن الماضي، لا سيما في ظل بروز الأحزاب السياسية والنقابات العمالية بمختلف أشكالها، وقد ترتب على ذلك تعريفات متعددة ومتباينة أحياناً، ومنها:

• الاتصال السياسي كنشاط:

- يعرفه "شودسون Shudson هو أي عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة او الترويج لها في المجتمع، وهو ليس فقط الرسائل المكتوبة او المنطوقة ولكن أيضا المظاهر المرئية التي تعطي دلالة مثل: شكل الوجه والملبس، فهذه الأشياء وغيرها من الرموز الاتصالية قد تشكل الهوية السياسية (سعود، 2010)

- هو: كل اتصال هادف حول السياسة يتضمن:

- كل أشكال التواصل التي يقوم بها الفاعلون السياسيون لتحقيق أهداف معينة
- التواصل الموجه الى الناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم
- التواصل الذي يتناول الساسة وأنشطتهم (اليحياوي، 2013)
- هو تبادل المعلومات بين الحاكم والمحكوم عن طريق قنوات ارسال مهيكلية وهو يلبي مطالب معينة ويسعى لتعزيز العلاقة بين الحاكم والمحكوم (بهناس، 2022)
- الاتصال السياسي يخضع لعمليات التسويق والترويج لمختلف أساليب استخدام السلطة في الحياة السياسية لكسب تأييد الجمهور او المواطنين، فالانتخابات مثلا تمثل مرحلة واحدة من الاتصال السياسي تمكن الناخبين من اسماع أصواتهم، وقد يتم هذا في أماكن التجمعات او عبر المواقع الافتراضية والنقاشات والأحاديث السياسية التي تتم بين الاشخاص (جفافلة و عطاء الله، 2020)
- يشير مفهوم الاتصال السياسي: إلى مجموعة من الممارسات المهنية والانضباط النظري والعلمي. كممارسة مهنية، مصطلح "الاتصال السياسي". يشير إلى سلسلة من عمليات الاتصال التي تم تقديمها بتسميات متنوعة مثل الدعاية، والتسويق الانتخابي، والتسويق السياسي، والحملات السياسية، والعلاقات العامة السياسية. لقد تطور الاتصال السياسي إلى مجال البحث الأكاديمي، مع أسس في نظريات وأساليب الاتصال، العلوم السياسية وعلم الاجتماع وعلم النفس والتسويق والتاريخ والبلاغة وغيرها من المجالات. ولكن من المتفق عليه أن التواصل السياسي يركز على التفاعل بين الفاعلين السياسيين ووسائل الإعلام والمواطنين (Goncalves, 2018)

• التعريف الشامل:

"هو النشاط الموجه الذي يقوم به الساسة او الاعلاميون او عامة افراد الشعب، والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة، الرأي العام او الحياة الخاصة للأفراد من خلال وسائل الاتصال المتعددة" (البشر، 1429هـ)

• الاتصال السياسي كعلم:

هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية

الاتصالية من أجل تحقيق أهداف سياسية، وينصب جوهره في أحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات والآراء لدى الجمهور المستقبل (سعود، 2010، صفحة 35).

2.1. مفاهيم مشابهة للاتصال السياسي

❖ الإعلام السياسي Political media

يعتبر مصطلح الإعلام السياسي نمطا جديدا من أنماط الإعلام يحتاج الكثير من الاجتهادات، لذلك فقد تباين الخبراء والباحثين في مجال الإعلام والسياسة من إيجاد تعريف محدد نذكر أهمها:

- تعريف ميداو **Meadow**: هو الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي او المؤثرة فيه.

- تعريف فيليب دافيسون Philip Davison: هو الطريقة التي تقوم بها الظروف السياسية بتشكيل نوعية الاتصال وكميته من جهة، ومن جهة أخرى هو الطريقة التي يمكن أن تقوم فيها ظروف الإعلام بتشكيل السياسة.

وكتعريف شامل يمكن تعريف الإعلام السياسي بأنه أحد فروع الإعلام الذي يتميز بقدرته على التأثير والإقناع، ويهتم بتغطية الموضوعات السياسية، ويسعى إلى تحقيق أهداف سياسية، ويعتبر من الأدوات الفعالة والرئيسية التي يعتمد عليها أي نظام سياسي، ويستخدمه في تحقيق استراتيجياته المختلفة (علاوي، 2015، الصفحات 131-132)

❖ الدعاية السياسية Political Propaganda

الدعاية السياسية هي عملية ترويج الأفكار والرؤى السياسية من لدن رجال السياسة والطبقات الحاكمة في مختلف الأنظمة السياسية موجهة لجمهور معين قصد التأثير في مواقفه وتوجيه اختياراته، وتشمل أنواعا مختلفة مثل الدعاية الانتخابية والدعاية المؤيدة والدعاية المعارضة والدعاية الحكومية والدعاية الخارجية.

أما "هارولد لازويل" فيعرفها بأنها: التعبير المدروس عن الآراء أو الأفعال الذي يصدر عن الأفراد أو الجماعات الأخرى، وذلك من أجل أهداف محددة مسبقا ومن خلال تحكم نفسي (التجاني، 2024، صفحة 198)

❖ الإعلان السياسي Political Advertising

يعرف بأنه العملية الاتصالية التي يدفع فيها المعلن ثمنا مقابل ما يتاح له من فرصة في وسيلة إعلامية ليعرض رسائل سياسية ذات هدف محدد ومقصود من أجل التأثير على مواقفهم وأفكارهم وسلوكهم.

ويعتبر هذه النوع على أنه السبب المباشر في كثير من المشكلات التي عانت منها الشعوب، مثل ظهور النازية التي نجحت في توظيف الإعلان السياسي والدعاية السياسية لخداع الجماهير، حيث يسوق المرشحون كما تسوق الأفلام والمسلسلات التلفزيونية، والمبالغة في إعطائهم صفات لا تمت إلى الحقيقة بصلة (علاوي، 2015، صفحة 133)

❖ التسويق السياسي Political Marketing

ينظر إلى التسويق السياسي على أنه مجموعة أنشطة تهدف إلى الحصول على مؤيدين ومناصرين لزعيم سياسي، أو ترويج أفكار حزبية سياسية بين المتلقين عبر وسائل إعلامية، يمكن بواسطتها إيصال الأفكار والمعتقدات والبرامج السياسية إلى أكبر عدد من الجمهور، ويعد الإدارة الحكيمة التي تساعد المرشح للفوز بالانتخابات.

كما أنه تطبيق مبادئ التسويق وأساليبه في الحملات السياسية التي تقوم بها الأحزاب أو المرشحين، وتتضمن هذه الأساليب تحليل السوق السياسي وتخطيط الحملات السياسية وتنفيذها (الجبوري، 2019، صفحة 39)

2. العلاقة بين الاتصال والسياسة

1. علاقة وظيفية

هناك علاقة وطيدة بين الاتصال والعملية السياسية، فوسائل الاتصال تعتبر حلقة الوصل بين الجماهير والنظام الحاكم صانع القرارات، وهي التي تسهم بدرجة كبيرة في نجاح أو فشل النظام السياسي من خلال الوظائف والأنشطة التي تقوم بها (علاوي، 2015، صفحة 135)

إن السياسة هي مجال الاتصال وهي المادة الخام التي يشتغل عليها في شكله وجوهره، وهذا إما عبر الوسائط المكتوبة، وسائط الاتصال الإذاعي والتلفزيوني أو بنية الإعلام الجديد الذي حملته الثورة الرقمية.

فالقاعدة الثابتة إذن لا سياسة بدون اتصال، ولا اتصال سياسي دون توفر خطاب سياسي تركب الأدوات الإعلامية والاتصالية ناصيته لتطول الجمهور المتلقي.

من هنا تظهر عملية استقطاب وسائل الإعلام من طرف السلطة السياسية، إما بغرض توظيفها للدعاية أو من أجل اعتمادها كوسيلة لتجميل صورة النظام السياسي، يقول راسم الجمال عن ذات العملية في السياق العربي « تتجه السياسات الاتصالية كلها إلى دعم سلطة النظام القائمة وتوجهاته في المجالات المختلفة وخدمة مصالحه الحقيقية والمتصورة، على النحو الذي يخدم تماسك النظام وديمومته، مما نجم عنه أن أصبح للاتصال طبيعة دعائية مباشرة، تعزز مصالح النظام وأهدافه وتغرس الولاء في عقول الجماهير» (اليحياوي، 2013)

وفي المقابل -حتى تستطيع الجماهير أن تبلغ مطالبها وتطلعاتها إلى من يسهر على إدارة شأنهم، والتفاعل معهم وتفعيل دورهم الرقابي على السلوكيات السياسية لمن هم في السلطة، وذلك من متطلبات الديمقراطية- فإن وسائل الإعلام تأخذ على عاتقها القيام بهذا الدور أيضا (طبابي، 2023)

- ويرى "لوسيان باي" أن أهداف النظام السياسي في السيطرة والشرعية والمشاركة تستلزم وجود الوسائل التي تقوم بالتعبير الرمزي عن القيم والمعايير الإجرائية للنظام السياسي، وكذلك إيجاد القنوات التي تنقل مصالح ومطالب المواطنين إلى السلطة السياسية.

- ويشير "ديفيد أبتز" إلى أن عدم اكتمال دائرة المعلومات يؤثر سلبا على فاعلية النظام السياسي، ويعقد مقارنة بين التدفق الإعلامي في النظم السياسية للدول الديمقراطية والدول النامية، حيث تكون دائرة المعلومات في الأولى غالبا مكتملة ومستمرة بينما في الثانية فإن دائرة المعلومات غير كاملة مما يؤدي إلى عدم استقرار النظام السياسي.

- ويرى "سعد آل سعود" أن العلاقة بين الاتصال والسياسة علاقة وثيقة إلى حد التداخل الشديد، فالعمليات السياسية المختلفة لا يمكن أن تتم بمعزل عن الأنشطة الاتصالية المختلفة اللازمة لقيامها (سعود، 2010)

لذا يُمكن التأكيد على أنَّ بَيْنَ وسائل الإعلام والسياسة علاقة اعتمادية قوية تقوم على تبادل الأدوار وتكاملها والاستفادة منها، خصوصاً في وقتنا الراهن بسبب تلك التحولات التكنولوجية والمعرفية والمعلوماتية الحاصلة في البيئة السياسية والأمنية، وهو ما يُشير إليه عالم السياسة الأميركي "جابريل الموند" في عبارته الشهيرة: «كُلُّ شيء في السياسة اتّصال».

وتزداد هذه العلاقة وضوحاً وقوة وتجاذباً عند ارتفاع تناقض وتضارب المصالح بين أطراف العملية السياسية، الأمر الذي يُمكن من خلاله التأكيد على أنَّه ومهما كانت البيئة التي ينمُّ فيها تحقيق تلك العلاقة بعيداً عن السياسة والمشهد السياسي مثل العمليات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية فإنّها تبقى تدور في البيئة السياسية بشكلٍ أوضح وأكثر عمقاً؛ لأنَّ الأصل في أيّ علاقة بين الحكومات والسكان، خصوصاً المواطنين هي علاقة سياسية بالدرجة الأولى، وأنَّ الأهداف المطلوب تحقيقها هي أهداف سياسية" (الفطيسي، 2023)

2. علاقة سببية (تأثير وتأثر)

لا يمكن تصور العملية السياسية بدون عملية تواصلية موازية لها، والواقع ان العلاقة هي علاقة تأثير مع اختلاف نوعاً ما باختلاف الأنظمة السياسية السائدة، فالنظامان أي التواصل والسياسة كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وان كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية بشكل خاص أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي، مقابل ذلك او نقيضه نجد ان وسائل الاتصال في الدول الديمقراطية هي التي تمارس ضغطها على النظام السياسي خاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون الداخلية لهذه الدول.

وأنه لما صار الإعلام ضرورة لا غنى عنها في حياة الشعوب للاستفادة من التدفق المتواصل للمعلومات والمتزايد يوماً بعد يوم في شتى المجالات نتيجة تطور التقنيات والوسائل الاتصالية، ازداد الاهتمام بالعملية الاتصالية أكثر من ذي قبل، حتى أصبحت في عصرنا الحالي تدخل في صميم العمل السياسي ومن مقومات نجاحه، حيث وجد الذين يشغلون مواقع صنع القرار في الدول، والفاعلون في المشهد السياسي عموماً، من أحزاب ومؤسسات رسمية، أنفسهم مجبرين على صياغة تصوراتهم ورؤاهم بما يتوافق مع وسائل الاتصال الحديثة لحسن صنع السياسات وتنفيذها كما ينبغي (طبابي، 2023)

فوسائل الاتصال هي أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية، استنادا الى المقولة الشهيرة "ان الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة"، وفي نفس الوقت السلطة السياسية تمارس الرقابة على وسائل الاتصال لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية (اليحياوي، 2013)

وهناك أبعاد ثلاثة لدراسة العلاقة بين السلطة والاتصال هي:

أولاً. تأثير السلطة على وسائل الاتصال، بمعنى دراسة كل الوسائل الرسمية وغير الرسمية والعمليات التي تؤثر من خلالها على وسائل الاتصال مثل: التشريع-الترخيص-الإجراءات القضائية وحظر النشر والضغوط الممارسة على وسائل الاتصال، وخصائص أنساق المعلومات والأفراد والمسؤولين عن تقديم المعلومات للقائم بالاتصال.

ومن أهم مظاهر تأثير السلطة على الاتصال:

أ. الملكية: حيث يختلف نظام الملكية لوسائل الاتصال الى أنماط مختلفة، بين نمط تديره

الدولة ونمط المشروع الخاص.... الخ

ب. التمويل: فهناك عدة طرق لتمويل وسائل الإعلام منها: فرض رسوم مقابل البث، أو

الإعلان أو الدعم، وكلما زاد اعتمادها على التمويل الحكومي زادت درجة السيطرة

السياسية عليها

ت. التحكم في مصادر وسائل الاعلام ومضمونها: فتكاليف جمع الأخبار ومتابعتها أصبحت

باهظة، إضافة الى المعوقات القانونية التي تواجه عملية نشر المعلومات، وتزداد درجة

التحكم وفق طبيعة النظام القائم

ث. التحكم في اختيار القائمين على وسائل الاتصال، تفضيل الأفراد محل الثقة على

الكفاءات، وهذا العامل يرتبط بالإيديولوجية التي يتبناها المجتمع، سواء كانت تقوم على

التعددية أو تؤمن بالفردية (علاوي، 2015، الصفحات 170-171).

ثانياً. تأثير وسائل الاتصال على السلطة أي السبل التي تؤثر بها الوسائل الاتصالية على الحكومة

والموظفين الرسميين، وسلوك جمع المعلومات والأفراد القائمين بجمع الاخبار أو منع المعلومات، وتثيير

التغطية الإعلامية الاهتمام بمسائل معينة.

ثالثاً. طبيعة أخبار وسائل الاتصال كمؤسسات داخل نسق اجتماعي ومضمون رسائلها أو أسلوب عملها، والقائمين عليها وخصائص الإعلاميين (علاوي، 2015، صفحة 169).

3. نشأة الاتصال السياسي

1. مرحلة الفكر اليوناني القديم

إن مسار الاتصال السياسي يكشف تغير مكانته من مرحلة الى أخرى، ففي العصور القديمة وتحديدًا العصر اليوناني انصب التركيز على قمة النظام السياسي فقط، ولم تعطى قيمة كبيرة لعملية الاتصال السياسي بين الدولة وافراد المجتمع، ورغم ذلك ينمنا الإشارة في هذا الإطار الى بعض اسهامات غير المباشرة لبعض الفلاسفة اليونانيين في ظهور الاتصال السياسي مثل "أرسطو" من خلال مؤلفه "السياسة والخطابة" (بكار و سوراخ، 2019، صفحة 23)

كما أن المعرفة السياسية ارتبطت، منذ الفكر اليوناني القديم، بالاعتبارات الفلسفية والأخلاقية السائدة أو المهيمنة؛ حيث نظر أرسطو إلى الإنسان باعتباره كائنًا سياسيًا بطبعه، يحكمه قانون أسمى، وحيث مؤسسة الدولة من وجهة نظره، ما هي إلا "شركة بين قوم يعيشون معًا، لتحقيق أفضل حياة ممكنة، وفق قانون التكامل بين أفراد وجماعات المجتمع، لكن لم يتناول الفكر السياسي لهذه المرحلة قضايا مختلفة، بل ركز على البنية الفوقية للهرم السياسي (اليحيوي، 2013)

2. مرحلة عصر النهضة

ومع بداية عصر النهضة بدأت مرحلة جديدة في الفكر السياسي من خلال طرح الفلاسفة والمفكرين لأفكار معبرة عن التغيرات السياسية والاجتماعية والمعرفية الجديدة في أوروبا، تستند على مبادئ الديمقراطية والحرية والمساواة، حيث مهدت آراء المفكرين في عصر النهضة للاهتمام بالإنسان ودوره في المجتمع والحياة السياسية، ولفتت الانتباه الى موضوعات عدة: كالمشاركة السياسية - الحرية - الديمقراطية، وهو ما اتضح فيما بعد في آراء كل من **كانط**، **هيجل**، **ميكافيلي** وغيرهم ممن ساهموا في وضع الأسس الديمقراطية الحديثة.

وقد ارتبطت بمايلي:

1- التغيرات الاجتماعية: من أبرزها انتقال أوروبا من النظام الإقطاعي إلى النظام الرأسمالي وظهور طبقة البرجوازية الجديدة

2- التغيرات الدينية: مثل حركة الإصلاح الديني التي اعادت تشكيل العلاقة بين العابد والمعبود

وقد كان للتيارات الفكرية في القرنين 18 م و 19 م آثارها في الفكر السياسي في القرن 20م، حيث تغيرت النظرة الى الانسان ودوره في الحياة السياسية نتيجة انتشار مفاهيم الديمقراطية، حيث أدى ظهور نظرية الليبرالية في بريطانيا على يد "جون ميلتون" الذي نادى بحرية الرأي والتعبير (البشر، 1429هـ)، هذه النظرية التي تبلورت بشكل واضح وجلي في القرن 16م من خلال الإضافات لأساتذة العلوم السياسية الذين كانوا يحاولون تأسيس نظام سياسي امثل من خلال رفع القيود التي تفرضها الحكومات على حرية الرأي والتعبير، وهو ما لاقى ترحيبا كبيرا من قبل العديد من الفئات في أوروبا ومنهم رجال الدين الذين طالبوا بالحرية من تسلط الكنيسة، الساسة الذين كانوا يطالبون بالمزيد من المشاركة في المجتمع والصحفيين والناشرين الذين طالبوا بحرية الرأي والتعبير (بكار و سوراخ، 2019، صفحة 24)

3. مرحلة القرن العشرين

أدى اتساع مفهوم السياسة واتساع وظائف الدولة الحديثة إلى جانب تداخل العلوم الاجتماعية وتأثر علم السياسة وكل من علم الاجتماع وعلم النفس الى الاهتمام بالرأي العام و بروز دور جماعات الضغط والأحزاب السياسية، وبدأ الاهتمام بدراسة العلاقة بين السياسة ومكونات الاتصال وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى، وبدأ الاهتمام بالمشاركة السياسية والسلوك السياسي والانتخابات، وابتداء من القرن 20م تغلغلت السياسة وتحكمت في الحياة وتصدرت قائمة الأولويات في كل المجتمعات الحديثة كما لم تتصدرها في العصور السابقة.

لقد كان عام 1956 بالنسبة للمهتمين بحقل الاتصال السياسي عام النبوءة بظهور ملامح نمط جديد من أنماط الاتصال الإنساني، فقد ظهرت اول محاولات للتنظير لهذا النمط الجديد للاتصال كحقل جدير بالاهتمام من أساتذة العلوم السياسية والاتصال.

وكان الاهتمام منصبا على موضوعات مثل: تأثير التلفزيون على الانتخابات الرئاسية في الو. م. سنة 1956، تقويم الأثر المصاحب لاستخدام أساليب الدعاية وتحليل مضمون اللغة السياسية المستخدمة في الانتخابات، وبالتالي فقد كان لتطور وسائل الاعلام الفضل في تطور الاتصال السياسي على عدة مستويات (بوعمامة و مساهل، 2018)

ويمثل "هارولد لازويل" التيار السياسي في بحوث الاعلام في مراحلها الأولى، وكان رائدا في دراسة الدعاية، ودور وسائل الاعلام في الدول والمجتمعات، واهتم بدراسة القائمين بالاتصال وعلاقة الاتصال بالحكومة، السيطرة والإشراف على وسائل الإعلام، مضمون وسائل الإعلام (طالة، 2022) وأيضا التيار السلوكي الذي تبلور نتيجة مجموعة من الأبحاث التي اهتمت بالآثار التي خلقتها الدعاية النازية والشيوعية في الحربين العالميتين الأولى والثانية (فرشان، 2016)

4. مرحلة عصر المعلومات والتكنولوجيا

التطور الكبير في التكنولوجيا ساهم في ظهور وسائل إعلام حديثة تتميز بعنصر السرعة في نقل الخبر والمعلومة جعلت الاعلام يخترق كل الحدود والحواجز، ومع بدايات العصر الحالي شهد العالم تطورات وتحركات سياسية كبيرة، مما دفع الدول والحكومات باللجوء لمختلف الوسائل الإعلامية والاتصالية، وتطور الاتصال السياسي مع تطور وسائل الاتصال المختلفة، إذ يقوم بنقل وتحليل النشاط السياسي، وإتاحة المجال امام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات، وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم.

وبالتالي فبظهور الإنترنت تم إعادة رسم خارطة جديدة للاتصال السياسي قائم على استخدام الميديا الجديدة المرتبطة بمفهوم الديمقراطية الرقمية بدل الكلاسيكية (بوعمامة ومساهل، 2018)

الآن يتحتم على السياسيين الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، ونشر وتحديث تغريداتهم كل عشر دقائق. كما يتحتم عليهم الظهور في البرامج الاستعراضية الحوارية أو ما يعرف بـ TV talkshows والذين يستطيعون من خلالها تذكير جمهورهم الانتخابي بأنهم بارعون في السياسة، واضحو الهدف، نبهاء في الرد، ومريحون أكثر من خصومهم (العريشي، 2016).

الفصل الثاني: مستويات الاتصال السياسي وقنواته

1. مستويات الاتصال السياسي

2. قنوات الاتصال السياسي

1. مستويات الاتصال السياسي

1.1. من حيث عدد المشاركين

❖ الاتصال الشخصي

يتمثل دوره في نقل تأثير وسائل الاعلام للجمهور، ويمكن استثماره في مجالات عدة لتحقيق الأهداف السياسية مثل: تدعيم الحملات الانتخابية، القيام بزيارات شخصية الى مجتمعات سكنية وكثيرا ما يلجأ الناس الى الاتصال المباشر بدلا من الاتصال الرسمي، خصوصا ان الاتصال يحدث وجها لوجه ومجال الإقناع فيه أكبر.

كما أن الاتصال الشخصي يحدث من خلال ما يسمى بالجماعة الأولية، ويقوم بالأساس على المودة والتقارب والتوحد، يتميز هذا النوع بانه واضح وشخصي ومباشر ومن أمثلتها: الأسرة.

ويكون الاتصال الشخصي أكثر تركيزا وتوصلا في إطار الجماعات المتجانسة كمجموعة السياسيين الذين يتحدثون مع بعضهم البعض أكثر من غيرهم (سعود، 2010)

والتواصل الشخصي يمكن السياسيين من التواصل مع جمهورهم مباشرة ووجهاً لوجه؛ وهذا ما يوظفه المرشحون للانتخابات الأميركية مثلاً، والذين ورغم استخدامهم لوسائل الإعلام، "إلا أنهم لتدعيم حملتهم، يقومون بزيارة الناس في منازلهم، ويتحدثون معهم بالمباشر الحي. (اليحيوي، 2013)

وهناك نوعان من الاتصال الشخصي هما:

أ- الاتصال الشخصي المباشر الرسمي: وهو يتم من خلال الدوائر الرسمية المسؤولة، ويكون عادة مقصودا وموجها والغرض منه إقناع المتلقي بالفكرة المعروضة.

ب- الاتصال الشخصي الطبيعي: وهو يتم بين الأفراد العاديين في حياتهم اليومية، ويشمل التعامل بين الأصدقاء والزملاء في العمل، وبالتالي فإن أطروحات الأفراد في هذا الاتصال هي نتاج طبيعي لرؤيتهم للقضايا والموضوعات في المجتمع، وهو بذلك أكثر تأثيرا من الأول بحكم تلقائيته.

وبعد الاتصال الشخصي مصدرا مهما من مصادر المعلومات، كما أن له دور كبير في زيادة حجم تأثير وسائل الإعلام على الناس، وتتميز العلاقات في الاتصال الشخصي بأنها تقوم على جوانب عديدة

سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها، وتختلف العلاقة بحسب طبيعة انتماء الفرد والأدوار المتوقعة منه في المجتمع (الربيعي، 2020)

يأتي الاتصال الشخصي بمثابة أحد الأدوات التي تساهم في تحقيق التوعية السياسية وتطوير نظام القيم لدى أفراد المجتمع فانه يعتبر من أهم هذه الأدوات في خلق دوافع المشاركة السياسية وتجميع أفراد المجتمع على تحقيق مجموعة من الأهداف الوطنية.

قد أشارت الدراسات إلى أن التفاعل الشخصي اليومي في ممارسة النقاش والحوار السياسي بين الأشخاص يؤدي إلى زيادة المعرفة السياسية ويؤدي إلى زيادة القدرة على المساهمة في عملية المشاركة السياسية (عبد الغني، صفحة 22)

❖ الاتصال الجمعي

هناك اتفاق على أن الاتصال الجمعي يمارس دوراً هاماً في هذا المجال، حيث يخلق رابطاً قوياً بين أجزاء المجتمع المختلفة، ويفتح الثقافات التقليدية على ما يدور في المجتمع من أحداث سياسية، كما تلعب دوراً هاماً في مجال التكامل والوعي السياسي، وقد بدأ اهتمام " لازويل" بعملية الاتصال الجمعي في أوائل الثلاثينات (محمد، د.س)

يتجسد في لقاءات المرشحين السياسيين مع الدوائر الانتخابية، وكل مستمع هنا يعد جزء من مجموعة المستقبلين، ويتميز بالتفاعل مع أعضائه ووحدة الاهتمام والمصلحة وارتفاع مستوى الوعي بين أفرادهم.

ويمتلك هذا النوع من الاتصال بعض خصائص الاتصال المواجهي بقلة عدد المتلقين للرسالة، فقد يكون شخصاً واحداً، وتكون الرسالة ذات طابع خاص، والمشاركون فيها عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبون باتصال شخصي، وهذا الاتصال قد لا يكون محكم البناء. كما أن للاتصال الجمعي بعض خصائص الاتصال الجماهيري، من حيث عدم تجانس أفراد الجمهور وإمكانية الاتصال بينهما عن بعد، إضافة إلى أن بإمكانهم استقبال نفس الرسالة في أماكن متعددة، وقد يكون المتصل شخصاً عادياً أو عاملاً في مؤسسة أو مسؤولاً سياسياً، إلا أنه يستخدم قنوات اتصالية قد تكون مكلفة مادياً (سعود، 2010)

❖ الاتصال الجماهيري

يمثل أهمية خاصة بالنسبة للاتصال السياسي، فقد أدت وسائل الاعلام دورا بالغ الأهمية في تطور الأنظمة السياسية في العصر الحديث، وأصبحت هذه الوسائل هي الجهاز العصبي للدولة الحديثة كما يقول "كارل دويتش".

ففي الولايات المتحدة أدى ظهور الراديو ثم التلفزيون الى تغير جذري في شبكة الاتصالات السياسية اللازمة لعمل النظام الديمقراطي، وأصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الاعلام الجماهيرية في إدارة الحملات الانتخابية والوصول مباشرة الى الجمهور المستهدف.

وتعد الأحاديث الأسبوعية للرئيس "روزفلت" عبر الراديو في الثلاثينيات من القرن الماضي علامة ذات دلالة على أهمية الاتصال الجماهيري في مجال الاتصال السياسي. ومن خلاله أصبح الجمهور يشاهد الحدث السياسي مباشرة.

وإذا أضفنا استخدام الشيوعيين والنازيين والفاشيين لهذه الوسائل الجماهيرية، بالإضافة إلى ما أحدثته وسائل الإعلام من تأثيرات في الرأي العام العالمي ضد السياسة الأمريكية في العراق حينما نشرت صور تعذيب السجناء في سجن أبو غريب العراقي، وكذلك تقييد حرية وسائل الإعلام في تغطية الحرب على العراق للإطاحة بنظام صدام حسين... فإننا نصل إلى حقيقة أن الاتصال الجماهيري يعد من أهم مستويات الاتصال السياسي، حيث ساهمت وسائل الاتصال الجماهيري بشكل كبير في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف في جميع الحالات. وبواسطة هذه الوسائل أصبح الجمهور على ارتباط بالأخبار والأحداث زمن وقوعها، فالجمهور يشاهد الحدث السياسي، وصور المعارك الحربية على الهواء مباشرة مثله مثل كبار رجال السياسة في العالم وكبار العسكريين المتابعين للعمليات العسكرية داخل غرف العمليات.

وقد ارتبط كثير من وسائل الاتصال الجماهيري بمختلف ألوان النشاط السياسي، فهي تعمل على نشر المعرفة السياسية، وتزويد المستمع بالمعلومات السياسية عن مختلف الموضوعات، وتوعيته بواجباته في المشاركة السياسية، خصوصاً في أوقات الانتخابات، كما أنها تنقل وجهة نظر السياسيين، وتمنح أفراد الجمهور فرصة التعبير عن آرائهم السياسية وغير السياسية، وتناقش القضايا والأحداث السياسية وتفسرها عبر وسائلها.

كما أن هذه الوسائل تمارس تأثيرها على المتلقين وإن اختلفت درجة التأثير باختلاف طبيعة الوسيلة وطبيعة الرسالة، وباختلاف نوع وحجم التعرض؛ وتكرس مفهوم الولاء للنظام السياسي.

ومهما تكن أهمية الاتصال الجماهيري، فإنه من الخطأ الاعتقاد بأنه بديل عن مستويات الاتصال الأخرى في المجتمع؛ ففاعلية النظام الاتصالي تقوم في النهاية على التكامل بين هذه المستويات جميعاً؛ فمستويات الاتصال المختلفة تؤدي وظائف متباينة بمستويات مختلفة من الكفاءة، الأمر الذي يفرض التكامل حتى يمكن تحقيق الفاعلية بالدرجة المطلوبة (اليحياوي، 2013)

❖ الاتصال التفاعلي

أسهمت التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال في تكوين نمط اتصالي جديد وهو *الاتصال التفاعلي*، جمع بين الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري، وقد شهدت السنوات الأخيرة توسعاً ملحوظاً في الاستخدام السياسي لهذه الوسائط الجديدة.

فمن المهم للمؤسسات السياسية أن تشارك بفاعلية في الاتصال السياسي القائم على وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة خلال أوقات الحملات الانتخابية، حيث تعتبر المنصات الاجتماعية بمثابة قاعدة معلومات لمعرفة الرأي العام حول السياسات والمواقف السياسية، بالإضافة إلى أنها منصة لبناء الدعم المجتمعي للسياسيين، وقد أظهرت دراسات عديدة أن السياسيين في جميع أنحاء العالم قد اعتمدوا على وسائل التواصل الاجتماعي لبناء علاقات مع الناخبين والمشاركة في حوار مباشر مع المجتمع وتشكيل النقاش السياسي، فهذه المنصات لديها القدرة على خلق مساحة للحوار مع الجمهور وجذب الناخبين الشباب وهم شريحة مهمة بالنسبة للسياسيين (مركز القرار للدراسات الإعلامية، 2022)

وفيما يتعلق باستخدام السياسيين لوسائل التواصل الاجتماعي للتأثير على تصورات الناخبين، وجدت دراسة أجراها مركز "بيو" الأمريكي لاستطلاعات الرأي أن الناخبين يستجيبون بشكل أكثر إيجابية للمحتوى الشخصي للسياسيين بدلاً من المحتوى المهني. وقد أظهرت النتائج بوجه عام أن وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم على نطاق واسع كشبكة اتصال بين المرشحين والناخبين لتوفير المعلومات السياسية، والدعوة إلى المشاركة وتعبئة الجمهور، كما تلعب دوراً حيوياً في التنقيف السياسي (مركز القرار للدراسات الإعلامية، 2022)

وهناك الكثير من المؤشرات على أن الخوارزميات والروبوتات أصبحت تستخدم للتلاعب بالرأي العام، عن طريق بناء الأجندة الإعلامية والمجتمعية وتغيير مسار مناقشة القضايا العامة.

على سبيل المثال، تم استخدام حسابات وهمية في الانتخابات الأميركية عام 2016، لنشر شائعات سياسية وأخبار زائفة وتوجيه الناخبين لروابط تتضمن أخبارا سياسية تؤثر على سلوكهم.

كما يتم إنتاج مضمون لناخبين يبحثون عن معلومات سياسية معينة خلال الأزمات السياسية، وذلك لتأييد مرشحين أو زيادة التعاطف معهم بتصويرهم بأنهم يتمتعون بشعبية، عن طريق إرسال الكثير من التغريدات على تويتر لحث المواطنين على التصويت لمرشح ما (صالح، 2022)

2.1. من حيث اتجاه الرسالة

❖ الاتصال الصاعد

في هذا المستوى تتجه الرسائل الإعلامية من المستويات الأدنى إلى المستويات الأعلى حسب

طبيعة التنظيم السياسي في المجتمع. ويوفر هذا المستوى من الاتصال الكثير من المعلومات الضرورية، وغير الضرورية للمستويات العليا في التنظيم الإداري والسياسي. ويستخدم هذا المستوى الاتصالي في التعرف على ردود الأفعال تجاه القرارات السياسية والتعرف على اتجاهات الرأي العام. ويرى البعض أن كفاءة هذا المستوى من الاتصال دليل حيوية وفاعلية النظام السياسي في المجتمع؛ ففي المجتمعات الديمقراطية يتطلب الأمر وجود قنوات اتصال صاعد فاعلة حتى يمكن متابعة آراء الناخبين واتجاهاتهم.

وتسهم مستويات الاتصال الشخصي والجمعي وال جماهيري في هذا النوع من الاتصال؛ فالشكاوى، والتقارير من المستويات الأدنى إلى الأعلى في التنظيم السياسي، واللقاءات المفتوحة في الدولة بين القيادات السياسية والمواطنين، والندوات والمؤتمرات وخطب الجمعة، والمظاهرات السياسية... نماذج من الاتصال الصاعد اعتماداً على قنوات الاتصال الجمعي، ورسائل القراء، ومقالات الرأي، ودراسات تحليل محتوى الصحف ووسائل الإعلام، كما أن متابعة المسؤولين لما ينشر في وسائل الإعلام نماذج من الاتصال الصاعد باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية.

حتى تستطيع الجماهير أن تبلغ مطالبها وتطلعاتها إلى من يسهرون على إدارة شأنهم، والتفاعل معهم وتفعيل دورهم الرقابي على السلوكيات السياسية لمن هم في السلطة، وذلك من متطلبات الديمقراطية فإن وسائل الإعلام تأخذ على عاتقها القيام بهذا الدور أيضا (طبابي، 2021).

❖ الاتصال الهابط

يتمثل في الاتصال من رؤساء الأنظمة السياسية إلى وزراءهم ومرؤوسيهـم، أو من مستوى سياسي أعلى إلى مستوى سياسي أدنى.

يعد هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعا ويتم من خلاله نقل القرارات الرسمية والتوجهات والمعلومات من صانعي السياسة إلى مرؤوسيهـم لتنفيذها وتعميمها، ومن خلال هذا المستوى تقوم وسائل الاتصال بدور هام في خدمة السلطة السياسية، فهي الوسائل التي يتلقى بواسطتها أفراد الجمهور الأخبار والقرارات، وهذا المستوى يعنى به كثير من الأنظمة الاتصالية السلطوية في العالم النامي تحديدا.

ويعمل أيضا على إيصال المعلومات التي تخدم مصالحهم واهتمامهم في شعوبهم، واستعمال هذه المعلومات للقيام بالمحافظة على الأمن والأمان داخل الدولة وبين أفراد الشعب، فالقرارات يجب أن تتخذ على أساس وجود معلومات جديدة مهمة ومناسبة للزمن الذي تحدث فيه والأفراد والمجتمع (نصر الله، 2016)

❖ الاتصال الأفقي

يكون هذا النوع من الاتصال بين المستويات السياسية التي تقع في نفس المستوى، فالاتصال بين وزراء الحكومة هو اتصال أفقي، والاتصال الشخصي بين أفراد الجمهور هو اتصال أفقي كذلك. ويهدف الاتصال الأفقي إلى التعاون والتنسيق وتبادل الأخبار والمعلومات والأفكار حول مختلف الموضوعات السياسية، وحل المشكلات، وتبادل وجهات النظر والخبرات بين مسؤولين من المستوى نفسه أو جماعات حزبية أو أفراد.

وغالبًا ما يكون الاتصال الأفقي شفوياً وبطريقة مباشرة وبدون أية تعقيدات نظامية، ويتم عادة من خلال اللقاءات وتبادل الزيارات والاجتماعات واللجان والسلوكيات المختلفة (سعود س.، 2006).

3.1. من حيث رسمية الاتصال

❖ الاتصال الرسمي

يتم الاتصال الرسمي عادة في إطار تنظيم معين، ويسير وفق أساليب وإجراءات وقواعد رسمية محددة وموثقة ورسمية، وتسير عادة المعلومات على مستوى الاتصال الرسمي بما يتماشى والتنظيم الرسمي للسلطات والاختصاصات والوظائف العامة للنظام السياسي، كما يمكن أن يسير الاتصال الرسمي من أعلى إلى أسفل، أو من أسفل إلى أعلى، أو بشكل أفقي.

ويقصد بالرسمية في الاتصال أن تكون هذه المؤسسات: من الوسائل الاتصالية (حكومية أو شبه حكومية أو تحت تأثير ونفوذ الحكومة)، وأن يتم سريان المعلومات السياسية عبر الوسائل والأدوات والأساليب المعترف بها رسمياً؛ حيث تسعى مختلف النظم السياسية إلى تدعيم شرعيتها قانونياً وسياسياً، من خلال الاعتماد على عدة مصادر، يأتي في مقدمتها: وسائل الاتصال السياسي التي تعد على علاقة وثيقة بأغلب أنواع الحكومات، وتعمل في ظلها، وإن اختلفت درجة هذه العلاقة من نظام لآخر، كما أن هذه الوسائل سواء الحكومي منها أو غير الحكومي تعمل وفق السياسات العامة للسلطة السياسية؛ فهي في الواقع تدعم فلسفة النظام السياسي، وتعكس أفكاره وسياساته، وتسعى لتحسين صورة القائمين على السلطة السياسية.

❖ الاتصال غير الرسمي

الاتصال غير الرسمي لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين سياسية مثبتة ورسمية كما هو الحال في الاتصال الرسمي، ويتم غالباً عبر قنوات خارجة عن القنوات الرسمية ومن خلال مستويات اجتماعية وسياسية مختلفة، متخطياً بذلك خطوط السلطة السياسية. وهذا الاتصال غير الرسمي قد يكون عبر جماعات داخل تنظيم معين، وقد يتعداه إلى جماعات خارج التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية واللقاءات والمناسبات والرحلات والاجتماعات غير الرسمية. والجماعة غير الرسمية هي التي لا تعتمد في تكوينها على أية قرارات أو قواعد أو حتى قوانين وعقود ذات تحديد رسمي، ولكنها تقوم تلقائياً إذا دعت بعض الظروف إلى قيامها، وقد ينتسب إليها بعض الأفراد، وينساقون وراء قيادة غير رسمية وغير ملزمة، وسرعان ما تنتفض هذه الجماعة بعد تحقيق أهدافها أو دخول عوامل خارجية قاهرة تفرق بين أفرادها (سعود س.، 2006)

2. قنوات الاتصال السياسي

إن واقع الاتصالات السياسية المشار إليها يحتاج إلى قنوات، تعمل قناة الاتصال السياسي كوسيلة لنقل الرسائل السياسية من شخص ما أو مجموعة للمجتمع، الرسائل المختلفة التي يتم تسليمها من قبل السياسيين في سياق الاتصالات السياسية تؤدي إلى ضرورة وجود قنوات اتصال سياسية مع مختلف الأطراف. يتم تسليم رسائل الاتصال السياسي في بعض الأحيان من خلال رموز معينة، كالكلمات أو الصور أو سلوكيات معينة لها علاقة بالنشاط السياسي قنوات الاتصال السياسي لا تقتصر فقط على وسائل الإعلام بشكل مشروط ميكانيكية أو تقنية، لكن هذا ليس أقل من ذلك.

من المهم أن نلاحظ ونفهم أن أي إنسان يمكنه بالفعل أن يكون بمثابة وسيلة تواصل (sumantono, 2015)، وتمثل هذه القنوات:

1) المؤسسات ذات الطابع التنظيمي أو الرسمي

المجموعات الرسمية تضم الأحزاب السياسية والمنظمات ذات الاهتمامات الخاصة (sumantono, 2015)، سواء كانت ذات طابع سياسي أو نقابي، حيث تقوم هذه المؤسسات يوميا من خلال أنشطتها العامة، بربط النخب السياسية الحاكمة بالقطاعات العريضة من الناس، ويغلب على أنشطتها بأنها تتم على مستوى وطني وبصورة دائمة، ومثال ذلك نقابات المؤسسات الإدارية وتنظيمات المجتمع المدني.

ومن هذه المؤسسات:

❖ الأحزاب السياسية

الأحزاب وجدت أصلا للوقوف أمام النظام السياسي في مهمته الحكومية، فهي الى حد ما تعمل بالتوازن معه لمراقبته في أداء مهامه، وعدم استعماله للسلطة استعمالا تعسفيا، وعلى هذا يمكن اعتبارها أنها ليست محايدة وإنما هي وسائط لتبادل الآراء بين الهيئة الحاكمة والمحكومة.

فالأحزاب السياسية هي من أهم مؤسسات النظام السياسي التي تؤثر في صنع السياسات العامة، عبر دائرتين:

الأولى: دائرة التأثير خارج السلطة

والثانية: دائرة التأثير ضمن السلطة ذاتها

فالدائرة الأولى هي مجموعة الوظائف السياسية التي تناقش في النظام السياسي مثل: إثارة الرأي العام حول المسائل والقضايا العامة، إقناعه بتبني الموقف الذي يتخذه الحزب حيالها، كما أنها تؤدي قوة ضاغطة على السلطة الحاكمة، وأحيانا وسيلة من وسائل الرقابة السياسية على الحكم.

أما الدائرة الثانية فيقصد بها الأدوار التي تقوم بها الأحزاب لتكون السلطة، أو لتحديد بنيتها، أو لتحديد مسار ممارستها، كما يتجسد تأثيرها في النظام السياسي في اختيار الحاكمين سواء في الترشح والانتخاب. (علاوي، 2015، صفحة 88)

فهي تحلل وتبرز الأحداث بالاعتماد على مطالبها وما تتطلع الوصول اليه، وتجعل المواطنين في حالة تعبئة دائمة ضد كل قرار غير ملائم، ويعني ذلك أنها تساهم في التعبير عن الإرادة العامة وتوجيهها.

أما بخصوص وظيفة الأحزاب في الاتصال السياسي، فإنها تقوم بتنظيم المشاركة السياسية وتجميع المصالح، وتكون حلقة الوصل بين القوى الاجتماعية والسلطات القائمة، فالوظيفة الأولية للأحزاب السياسية هي القيام بهيكله الرأي العام، وقياس مواقفه وتلمس احتياجاته، ثم نقلها الى المسؤولين الحكوميين، الرأي العام والسلطة قريبين من بعضهم البعض.

وتعد وظيفة التجميع والتكتيل الوظيفة الأساسية التي تقوم بها الأحزاب السياسية في النظم الحديثة، حيث يتم من خلال هياكلها بلورة المواقف الجماعية من القضايا والتحديات التي يواجهها الناس، ويمكن أعضائها من التحرك جماعيا لحل مشاكلهم وضمان مصالحهم على أساس المواقف والمطالب الجماعية.

وتبقى الوظيفة الاتصالية أهم الوظائف الحزبية، بل أنها تشكل الهياكل والقنوات المناسبة لممارسة الاتصال ضمن الجماعات أو الأجهزة الأخرى، حتى أن دور وسائل الإعلام ارتبط ارتباطا وثيقا بنشاط الأحزاب ودعمها.

(2) المؤسسات التقليدية

وتشمل الأسرة وشيوخ القبائل ورجال الدين، وتلعب هذه المؤسسات دورا مؤثرا وكبيرا في إعطاء وتفسير المعلومات، بعدد كبير من الأفراد داخل المجتمع، فشيوخ القبائل يعتبرون حلقة وصل بين القيادة السياسية وأفراد القبيلة، وبالتالي يمارسون دورا مؤثرا في دمج القبيلة ضمن الإطار الوطني للدولة، وبالتالي تبادل مختلف الرسائل، الأمر الذي يمكن من خلق نوع من الثقة والفهم بين الطرفين، أما إسهام رجال الدين في عملية الاتصال السياسي فيتضح من خلال الخطب والدروس الدينية التي تعطى داخل المساجد، إضافة الى أن رجال الدين على اتصال مستمر بالقيادة السياسية، وبالتالي فليدهم القدرة على نقل آرائهم ومقترحاتهم للقيادات السياسية العليا.

(3) وسائل الإعلام

تعد وسائل الإعلام من بين أهم الوسائط التي تتدفق المعلومات من خلالها بين الحاكم والمحكوم، ويقول " جون ماري كوتري" في هذا الصدد" تبدو وسائل الإعلام في عهد الديمقراطية الجماهيرية الرابط الأمثل بين الحاكم والمحكوم"، فهي منبع التأثير في باقي وسائل وقنوات الاتصال السياسي، وإن بقي هذا الدور قاصرا على البرلمان والأطراف السياسية لمدة طويلة، فإن وسائل الإعلام اليوم أخذت مكانة بارزة في هذا الاتجاه، وأصبحت تلعب الأدوار الأولى في عملية الاتصال السياسي، من خلال تجمع مختلف المطالب والآراء المتداولة في أوساط الرأي العام والجماعات الاجتماعية، وهو ما يمكن أن يشكل مدخلات النظام السياسي (اتصال صاعد) ومن جهة أخرى يستعملها النظام السياسي لتمرير رسائله للرأي العام فيما يمكن ان نسميه مخرجات النظام السياسي (اتصال نازل).

وقد اهتمت الدول الديمقراطية بدور وسائل الاعلام في توجيه الحياة السياسية، وشكلت الصحافة منبرا رئيسيا للحوار والجدل السياسي وتنوير الرأي العام بالأفكار والمعلومات، واختارت ان يكون الرأي العام عنصرا مكونا للعملية السياسية من خلال الانتخابات.

وسائل الاعلام هي أداة للتواصل السياسي فعلى مستوى الحكومة تقوم بنشر المعلومات حول:

- تقديرات الحكومة
- برامج الرعاية والرفاهية
- الظروف السياسية للبلاد

- الأنشطة الاتصالية المشتركة مع دول أخرى ضمن الحوكمة السياسية الخارجية
- القيام بوظيفة التنشئة السياسية للحفاظ على النظام السياسي
- بناء ثقة الدول الأخرى (sumantono, 2015)

4) الاتصال الشخصي

يعتبر الاتصال الشخصي من أقدم وأهم قنوات الاتصال السياسي، وذلك لما له من قدرة كبيرة على الاقناع والتأثير على الجمهور، بالإضافة الى كونه يحدث تلقائيا ولا يتطلب تجهيزات وتحضيرات كبيرة ومسبقة على غرار وسائل الاتصال الجماهيرية.

عرفنا أنواع مختلفة من المتصلين هم السياسيون، المهنيون، والنشطاء، في فئة الناشطين نتحدث عن قادة الرأي أي الأشخاص الذين اهتموا بوسائل الاعلام، وقاموا بتوصيل المعلومات والآراء سواء للأصدقاء او الجيران وآخرون عبر المحادثات وجها لوجه.

فالتواصل بين الأشخاص حول السياسة يتمركز حول الاجتماع، وهذا يعني ان عددا قليلا جدا من الأشخاص يشاركون، وتمنح الأطراف بعضها البعض الحق في الاعتراف والاجابة في هذا التبادل (sumantono, 2015).

إن قوة التأثير التي يكتسبها الاتصال الشخصي قد أشار إليها "لازرسفيلد" بكونها ناتجة عن:

- الاتصالات الشخصية هي عبارة عن اتصالات عارضة يصعب تفاديها، فهي على نقيض وسائل الاعلام الأخرى التي يستطيع الفرد ان يتلقى من محتواها ما يشاء، اذن فالاتصالات المباشرة يصعب التنبؤ بمحتواها مما يؤدي لصعوبة تفاديها.
- بما أن الاتصال المباشر يتم غالبا بين الافراد الذين يعرفون ويتقنون ببعضهم البعض، فان الآراء والمعلومات التي تتم مناقشتها في هذا الاتصال تكون أكثر تأثيرا ومصدقية من وسائل الاعلام الأخرى
- توجد مرونة أكثر في الاتصال الشخصي، فعندما يتلقى المرسل مقاومة من المستقبلين فإنه يغير من اتجاه المناقشة ليتماشى مع ردود افعالهم، فيستطيع التأثير عليهم.
- إمكانية توجيه رسالة الى الجمهور المستهدف مباشرة، وهذا يتيح استخدام اللغة المناسبة لمستوى الافراد وتحدث إليهم (بومشعل، 2019)

(5) بحوث الرأي العام

تعتبر بحوث الرأي العام أو سبر الآراء تقنية تسمح بالتعرف على رأي أفراد المجتمع ورصد اتجاهات الرأي العام، فيما يتعلق بموضوع أو قضية سياسية، وبالنسبة للنظام السياسي فإن استطلاعات الرأي العام تكمن في أنها تزوده بالمعلومات عن المحكومين، وعن مدى استجابتهم لمخرجاته، ويعني هذا أنها تقوم بنقل رسائل المجتمع وجماعاته وأحزابه إلى صانعي القرارات السياسية، كما تمدهم بمعلومات تشرح رجحان الصدى ودرجة تقبل الجمهور لقراراتهم وتصرفاتهم.

ومن جهة أخرى تساعد هذه البحوث صناع القرار في العملية الاتصالية النازلة، سيما فيما يخص كيفية التغلغل إلى جماعات معينة، لمعرفة طرق التعبير عن فكرة معينة، حتى يمكن فهمها والاهتمام بها، وقد أدى هذا الأمر بالحكومات والأحزاب والشخصيات السياسية إلى الاهتمام الكبير والمتزايد بوظيفة رجحان الصدى الخاصة ببحوث الرأي.

(6) جماعات الضغط والمصالح

الجماعات الضاغطة عبارة عن جماعات من المواطنين الذين يعيشون في حدود دولة واحدة تربطهم اهتمامات مشتركة، قد تكون لها صفة الدوام أو مؤقتة، وقد يتوفر لها تنظيم رسمي أو لا يتوفر، وتستند الاهتمامات المشتركة إما لأدائهم مهنة واحدة، أو اعتبارهم ممثلين لعقيدة معينة (علماء الدين) أو موقف مؤقت (المظاهرات).

وتتشكل جماعات الضغط أساساً للدفاع عن مصالح معينة لممارسة ضغط على السلطات واستخدام التأثير على الجهاز الحكومي من أجل تحقيق مصالحها.

وعلى عكس الأحزاب التي تهدف الوصول إلى السلطة ومباشرتها، فإن جماعات المصالح والضغط تستهدف التأثير على السلطة أي كان الحزب أو الجماعة الحاكمة.

وجماعات الضغط تعرف على أنها تجمع منظم يسعى للتأثير على محتوى القرارات السلطوية للنظام دون محاولة وضع أعضائه في مناصب حكومية وهي: - جماعات المصالح هدفها تحقيق مصالح أعضائها مثل النقابات، - جماعات المواقف لتحقيق أغراض معينة مثل الحفاظ على البيئة.

لذا فوظيفتها تتركز بالدرجة الأولى في تجميع اهتمامات ومطالب الفئات التي تمثلها، وتقوم بتقديمها للسلطة والعمل من أجل تحقيقها، كما أنها تقوم بتحضير قطاعات الشعب صاحبة المصلحة ليقوموا بالتأثير ودعم السلطة حين تستجيب لذلك أو معارضتها حين تكون استجابتها سلبية (رابحي، 2020)

إن سياسات مجموعات الضغط، مثل تلك التي تمارسها الأحزاب والمنظمات العامة، هي كذلك إلى حد كبير حول الاتصال، وذلك باستخدام مجموعة متنوعة من الإعلانات وتقنيات العلاقات المتاحة الآن. بعض المجموعات، مثل "منظمة السلام الأخضر" و"أصدقاء الأرض" أثبتت أنهم من الدعاة الماهرة لهذه الأمور، ولكن بسبب غير المؤسسية، كثيرا ما يحرمون من الموارد المالية وموارد المكانة والتي تعود على الجهات الفاعلة السياسية الأكثر رسوخًا، وبالتالي يجب وضع وسائل أقل تكلفة لإيصال رسائلهم السياسية، مثل أشكال رمزية من "الاحتجاج" و"المظاهرة" المصممة لجذب انتباه الصحفيين (McNair, 2011)

الفصل الثالث: وظائف الاتصال السياسي

1. البعد البنيوي والوظيفي للاتصال السياسي
2. الوظائف السياسية للاتصال
3. النظام السياسي ووظائف الاتصال في المجتمع

1. البعد البنوي والوظيفي للاتصال السياسي

يقوم التحليل البنائي الوظيفي أساساً على افتراض مبدئي مؤداه أن النظام السياسي هو ذلك النسق من التفاعلات التي توجد في المجتمع من أجل تحقيق وظائف التكامل والتكيف داخلياً، ومعنى هذا أن النظام السياسي النامي-حسب هذا المدخل-يتميز بخصائص وسمات معينة، تتمثل في شمولية النظام السياسي لكافة التفاعلات السياسية التي تتجسد في هيئة وحدات بنائية تؤدي كل منها أدواراً وأنشطة معينة، وأن هذه الوحدات لا توجد بمعزل عن بعضها، ولا تمارس أدوارها دون ارتباط أو تأثير متبادل بينها.

ويستتبع هذا بالضرورة أن يكون ثمة نوع من التساند والاعتماد المتبادل بين مكونات النظام السياسي، بحيث يعكس كل تغيير يطرأ على خصائص أو أنشطة أي مجموعة من هذه المكونات على بقية المكونات الأخرى، كما يؤدي كل تغيير في مجموعة فرعية من التفاعلات إلى تغييرات مصاحبة في كل المجموعات الفرعية الأخرى (بومدين، 2020)

يبرز ذلك بالنسبة للاتصال السياسي من خلال أن الاتصال هو البناء الذي تتم من خلاله تحقيق وظائف السياسة، فالنظام السياسي هو المتغير التابع كنسق والاتصال كبناء آخر هو الوحدة الأساسية، والعكس حسب طبيعة النظام السياسي، والاتصال هو نشاط سياسي يؤثر بطريقة آلية على سيرورة النظام السياسي، ولا يمكن فهم السياسة إلا من خلال فهم النسق التواصلي، فممارسة السلطة هي قبل كل شيء إشكالية تواصل (فرشان، 2016)

ويرى "كارل دويتش" أن النظام السياسي في جوهره هو نظام لتسيير المعلومات، يتكون من ابنية وانشاق فرعية متخصصة في الاتصال، تؤدي وظائف اتصالية، مكونة من قنوات اتصالية تتلقى المعلومات وتعالجها (عبد القادر، 2008)

2. الوظائف السياسية للاتصال

1. الوظيفة الإخبارية (نقل رسائل السلطة)

وتعد الأخبار متحدثا رسميا باسم الحكومة في أي دولة من الدول وناقلا للمعلومات السياسية وما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمصالح القومية العليا، فهي إلى جانب وظيفتها في إعلام الجمهور عن سياسات الدولة واعطاء قراراتها الشرعية، تهدف إلى صنع وخلق قبول شعبي للحفاظ على قوة الدولة أو تعزيزها، وتؤدي وظيفة الإخبار دورا سياسيا مهما في تكوين الراي العام المستنير وتطويره عن طريق الإمداد بالمعرفة العامة، وتنمية المجتمعات من خلال الأخبار الصادقة والمعلومات الدقيقة الكاملة والآراء الجديدة الهادفة.

ويسعى السياسيون إلى تقديم معلومات وتعليمات وأخبار وتوجيهات من شأنها توعية الناس وإعلامهم بالأهداف والظروف المحيطة بهم في الداخل والخارج، وتتوزع هذه المعلومات من سياسية إلى معلومات اقتصادية أو ثقافية أو تعليمية...الخ، وإذا افترضنا حسن النوايا لدى السياسيين فإن الهدف النهائي لكل ذلك هو ربط الشعب بأهداف وسياسات الدولة التي تصب في النهاية في مصلحة الشعب، ليكون أفراداه واعين لما يحيط بهم وقادرين وفاعلين ومشاركين في تحقيق أهداف التنمية والتطور إلى جانب الدفاع عن مصالح وحقوق شعبهم ودولتهم (بومشعل، 2019).

ولكي تعمل الديمقراطية بشكل جيد، يحتاج المواطنون إلى معلومات حول السياسة، فقط عند الناس الذين لديهم معرفة بالفاعلين، وحالة الشؤون المجتمعية المختلفة، وقواعد السياسة يمكنهم الاحتفاظ بآراء مستنيرة والتصرف بشكل هادف كمواطنين، حتى وقت قريب جدًا، كانت وسائل الإعلام تعتبر الفاعل الرئيسي في توفير "هذا النوع من المعلومات"، المعلومات التي يحتاجها الناس ليكونوا أحرارًا ويتمتعون بالحكم الذاتي (Aelst & others, 2017)

2. الرقابة على ممارسة السلطة

تقوم وسائل الاتصال بدور الحارس اليقظ ضد إساءات استخدام السلطة الرسمية وكمراقب لمصالح المجتمع وصيانتها من الفساد والمخالفات، ويكون ذلك من خلال مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث والآراء وتبسيط الضوء على بعضها وتقييم أداء الحكومة وترويج مبدأ الحق في المعرفة، كما تعمل هذه

الوسائل على مراقبة الأفراد، وهي بذلك تعلمهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية وتشبع احتياجاتهم الشخصية وتحد من القلق لديهم.

وتقوم وسائل الإعلام بدور ووظيفة "كلب المراقبة watchdog" مما يعني مراقبتها لما يدور في المجتمع ومتابعة أداء ووظائف المؤسسات الاجتماعية الأخرى. وقد تتبدل السلطات من مجتمع إلى مجتمع، ومن وقت إلى آخر، وفي كل هذه الحالات، يبرز سؤال حرية الصحافة الذي يجسد طبيعة وشكل العلاقة بين الصحافة من جهة والمؤسسات الاجتماعية بما فيها الحكومات من جهة أخرى (فيلاي، 2018)

3. التأثير في اتجاهات الرأي العام

يعتبر الرأي العام من أهم اهتمامات النظم السياسية على اختلافها وتنوعها، وذلك لما لها من دور بارز في دعم وارساء معالم الحكم لتلك الأنظمة السياسية، فمن خلال الرأي العام يتعرف أي نظام سياسي على مدى تقبل الرأي العام له والتفاعل معه والاستجابة إلى تعليماته وتوجيهاته، إذ يشكل الرأي العام متغير بارز وثابت في المعادلة السياسية، إذ على النظام السياسي أن يراعي اتجاهات الرأي العام نحوه وكذا متطلباته وحاجاته.

كما تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الإعلام من أجل توجيه الرأي العام المحلي، وتحديد مواقفه المساندة لسياستها وبرامجها ومشاريعها وقراراتها المختلفة، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات، كما أنه من خلال مضمون وسائل الإعلام يمكن التعرف على توجهات الرأي العام ورؤيته حول مختلف القضايا والموضوعات، مما يرشد السلطة السياسية ويساهم في إنجاح سياساتها، ويقلل من فرص تعرضها للضغط والانتقاد.

كما أن التواصل السياسي يجب أن يعزز وجهات النظر السياسية والقيم لمختلف الفئات والطبقات الاجتماعية في المجتمع على نحو فعال (Borgebund, 2019)

وتشكيل الرأي العام والتأثير فيه ليس صنيعة الصدفة، فهناك آليات وأدوات كثيرة معروفة لدى المتخصصين في هذا المجال، فعلى سبيل المثال من بين أهم الأدوات المشهورة ما يعرف بـ "استدراج الرأي العام"، وذلك من خلال النشر المكثف عن القضية محل الاهتمام وتناولها تحت شعارات براقية تخاطب المشاعر والانفعالات وليس العقول، من بينها شعارات حقوق الإنسان، أو الأزمات الإنسانية،

والمظلومية وغيرها... وفي إطار الحالة الرمادية التي أصبحنا نعيش فيها حيث تنماهى الحقائق ويصعب التمييز بوضوح بين المعتدي والمعتدى عليه، وبين النصر والهزيمة، وبين الغزو والدفاع عن الأرض، وغيرها من المتناقضات، فمن السهل التلاعب بالرأي العام والتأثير فيه، خاصة مع تعدد الأدوات والأساليب للوصول إليه (المستقبل للبحاث والدراسات، 2022)

4. ترتيب الأولويات

ان وضع جدول الأعمال هو الدور الثاني للتواصل السياسي. وسائل الإعلام تؤثر فيما يتحدث عنه الناخبون وما هي القضايا التي تتم مناقشتها، تتخذ وسائل الإعلام قرارات كل يوم بشأن القضايا التي يجب تقديمها عند أخذ هذه القرارات يضعها المحررون في الاعتبار.

بعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام والإنترنت، فمن الممكن رصد القضايا الأكثر قراءة من قبل القراء الذين يؤثرون على القضايا التي ستكون على جدول الأعمال، وعليه يتم وضع جدول الأعمال اليوم في سياق تفاعل أكبر مما كانت عليه في الماضي (Borgebund, 2019).

وعلى هذا الأساس فقد أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام، وذلك من خلال طبيعة معالجتها لمختلف القضايا والأحداث، حيث أن هذه الوسائل تأخذ الناس إلى ساحات الحروب ومواقع الأحداث حول العالم وبالتالي تقرب وجهات نظرهم وتوحدهم حول القرارات والتحركات السياسية، وتحدد المهم وغير المهم للصفوة ولسائر أفراد المجتمع (بومشعل، 2019).

كما تقوم وسائل الإعلام بتحديد كيفية عرض القضية وجوانب القضية التي ينبغي التأكيد عليها، إن تسويق وسائل الإعلام أمر أجبر المحررين للنظر في الزاوية الأكثر قابلية للبيع والإثارة لقضية ما. فقط من خلال تقديم الزوايا الأكثر إثارة لقضية ما (Borgebund, 2019).

وعليه يمكن أن يؤثر التأطير على كيفية تفسير قضية ما أثناء الحملة الانتخابية أو في النقاش العام بشكل عام، من خلال التأكيد على بعض العبارات التي يمكن أن يحاول المرشح أو وسيلة الإعلام ربطها ببعض القضايا وآراء معينة، وبالتالي إعطاء الناخبين أفكار معينة قد تؤثر في وجهات نظرهم السياسية مع مرور الوقت (Borgebund, 2019)

5. الدعاية السياسية

إن العملية السياسية تحتاج إلى استعمال وسائل الإعلام بمختلف أنواعها لاسيما في عصر ثورة الاتصالات العابرة لحدود الدول والقارات، فبقدر ما توظف الدعاية العالمية لأغراض سياسية خادمة للوطن، فهي توظف أيضا لأغراض سياسية هادمة في أغلفة ناعمة تدعى "الدعاية السياسية المغرضة" ومن هذا المنطلق قد يستخدم الأسلوب الدعائي على مستوى السياسة المحلية - الوطنية، كما يستعمل على المستوى الدولي-العالمي في إطار السياسة الخارجية للدول (التجاني، 2024، صفحة 195) .

بالنسبة لوسائل الاتصال الجماهيري فقد أضحت هذه الوسائل من أفضل الأدوات وأكثرها خطورة واهمية في ربط الصلة بين الحاكم والمحكوم، وقد استطاعت هذه الوسائل أن تقوم بمايلي:

أ - أنها تغلف الواقع الموضوعي (بنوع من) الواقع البديل وهنا تكمن خطورة استثارة الأساطير الدعائية في اثارة الجمهور، وأساطير الشيوعية والنازية، وبذلك تغلب التأثيرات العاطفية على الحس العقلائي للجمهور، من خلال ممارسة هذه الوسائل على المدركات الحسية.

ب - لقد أصبحت احدى الأدوات السلطوية في ممارسة الضبط الاجتماعي وفي ترسيخ ايدولوجية وقيم السلطة الحاكمة المسيطرة على هذه الأدوات (ملا و عبد الله، 2012)

6. التسويق السياسي

تعتبر عملية التسويق السياسي من أهم وظائف الاتصال السياسي، وهي تعد وليدة العصر الحديث وذلك بالنظر للتسابق المحموم الذي ازداد بين مختلف القادة والسياسيين في مختلف الدول للوصول إلى مراكز صنع القرار والسيطرة عليها، وبالتالي كانت الحاجة إلى آلية جديدة تمكّن هؤلاء السياسيين من التعرف على حاجات ورغبات مواطنيهم، والعمل على إيجاد وإعداد البرامج السياسية المناسبة، وكذا العمل على تسويق برامج وصورة المترشح السياسي.

إن عملية التسويق السياسي تشير إلى مختلف أساليب التخطيط والتنفيذ والبناء والدعم والتأييد الجماهيري للمؤسسة السياسية أو البرنامج أو مرشح سياسي، والمحافظة على هذا التأييد من خلال تحقق مزايا تنافسية لهذه المؤسسة أو الحزب أو المرشح السياسي، وذلك باستخدام خطط استراتيجية تعتمد على

وسائل الاتصال الجماهيري وقنوات اتصال مباشرة في إحداث التأثير المرغوب في تسويق الأفكار أو الأشخاص (بومشعل، 2019).

ويعتبر التسويق السياسي على أنه دعاية انتخابية، أي مجموعة من الاستراتيجيات والأدوات اللازمة لتحقيق ذلك من خلال تتبع ودراسة الرأي العام قبل وأثناء الحملة الانتخابية لتطوير اتصالات الحملة وتقييم تأثيرها (Kolovos & harris, 2005).

السياسيون لديهم توجه مماثل ويحاولون باستمرار خلق قيمة لناخبيهم من خلال تحسين جودة الحياة وتحقيق أقصى استفادة بأقل تكلفة، لقد أصبح من المستحيل عدم دمج التوجه التسويقي عند التشغيل للمناصب أو في هذا الصدد، عند إدارة البلاد.

السياسة اليوم على نحو متزايد تأثرها بالتسويق، وبنفس الأساليب التكنولوجية التي تستخدمها الشركات الأمريكية لتسويق المنتجات يتم استخدامها أيضا من قبل السياسيين للتسويق لأنفسهم وأفكارهم. يجب على رئيس العصر الحديث أن يعتمد على التسويق ليس فقط للفوز في الانتخابات، ولكن ليكون ناجحًا كفائد (Kaid & others, 2004).

وتوضح بعض الدراسات التطورات التي حدثت في تطبيقات التسويق السياسي والتي يمكن أن تكسب صفة العمومية بالنسبة لأغلب النظم الديمقراطية ترجع إلى الأسباب التالية:

- ازدياد تعقد الاتصال السياسي ودورانه السريع
- بروز استراتيجيات لإدارة المنتج السياسي وتشكيل الصورة الذهنية في المجال السياسي، وازدياد أهمية إدارة الأخبار، زيادة على اشتداد وتكامل استخدام أبحاث السوق السياسي، والتأكيد على أهمية تنظيم التسويق السياسي خاصة في ظل بيئة تنافسية تسعى إلى الوصول والسيطرة على مراكز صنع القرار (بومشعل، 2019).

7. التنشئة السياسية

تشير عملية التنشئة السياسية إلى تلك العملية التي يكتسب من خلالها الفرد معلومات وقيم ومعارف مناسبة عبر الزمن ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والأيدولوجية، التي تؤثر في سلوكه

وممارسته اليومية وتحدد درجة نضجه وفاعليته السياسية في المجتمع، وتتعدد مصادر التنشئة السياسية للفرد من أسرة، مدرسة، أصدقاء، دور العبادة ووسائل الإعلام.

ولعل هذه الأخيرة تعد من أهم مصادر التنشئة السياسية نظرا لقوتها وفعاليتها وانتشارها الواسع بين الأفراد، حيث أنها تقوم بأدوار مهمة ومتعددة كالتعليم والتثقيف والإخبار، التحليل والترفيه وهو ما من شأنه تكوين فرد واع ومضطلع على كل ما يدور حوله من أحداث.

وتقوم وسائل الاتصال السياسي بدور مهم في التنشئة السياسية للأفراد من خلال تقديمها للمعلومات عن العالم السياسي والحقائق النوعية أو القيم السياسية العامة، كما يمكن أن تساعد أفراد الجمهور في التعرف على العناصر التي تتيح القوة والنجاح والسيطرة في المجتمع، هذا بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام تؤثر بشدة في تشكيل المعتقدات السياسية للأفراد.

ويتم ذلك من خلال:

- تلقين الأفراد القيم والمبادئ الاجتماعية والسياسية التي يؤمن بها المجتمع ومحاولة غرسها فيهم
- تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم السياسية الأمر الذي يمكن من خلق وعي سياسي لدى الأفراد.
- تزويد المواطنين بمختلف المعلومات والأخبار المتعلقة بمختلف الأحداث والقضايا وهو ما من شأنه مساعدتهم على تكوين آراء ومواقف واتجاهات صائبة وسليمة إزاءها.
- العمل على تكوين ثقافة سياسية واسعة لدى المواطنين والعمل على إثراءها وتعزيزها باستمرار (بومشعل، 2019).

8. دعم مشروعية النظام السياسي

الشرعية هي التعبير عن حالة الرضا والقبول التي يبديها المواطنون إزاء النظام السياسي وممارسة السلطة، وتمثل قاعدة قانونية للسلطة، تفترض وحدة فعلية بين السلطة والمجتمع، وممارسة فعلية للأهداف المشتركة بينهما، وترتبط بالسيادة، والمساواة، والشعور بالوطنية، والعدالة الاجتماعية، فهي صفة للسلطة القائمة على إجماع عام (والي، 2003)

تعمل وسائل الاتصال كأداة من أدوات الشرعية الاجتماعية، حيث تعمل على منح الوضع الشرعي القانوني للأشخاص والمنظمات، وفي هذا تدعم الوضع السياسي والاجتماعي القائم لتقوية التأييد والمساندة تجاه النظام السياسي، والتي بدورها تضمن شرعية الحكومات وتدعمها، من خلال اقناع الجماهير وتوعيتها بجدوى النظام السياسي حتى تضمن قيامها بالأدوار المطلوبة (الشمري، 2022)

3. النظام السياسي ووظائف الاتصال في المجتمع

1. تعريف النظام السياسي

يؤكد "ديفيد ايستن" أن النظام السياسي هو مجموعة من التفاعلات التي تحدث في أي مجتمع، والتي يتم من خلالها عملية تخصيص دائرة متكاملة ذات طابع ديناميكي، تبدأ بالمدخلات Input وتنتهي بالمخرجات Output مع قيام عملية التغذية الاسترجاعية Feedback بالربط بين المدخلات والمخرجات (علاوي، 2015، صفحة 135)

ويتكون النظام السياسي لدى "ديفيد ايستن" من أربعة عناصر:

❖ المدخلات: وتتبع من البيئة وهي عبارة عن الضغوط التي يتعرض لها النظام السياسي، وتدفعه إلى النشاط والحركة، وتنقسم إلى مطالب يستقبلها النسق من نظام الإعلام، جماعات المصالح والأحزاب والمساندة، والدعم الذي تلقاه تلك المطالب، حيث يعتمد إلى الحد الأدنى من الولاء والمساندة.

❖ عملية التحويل: هي بمثابة غريزة وانتقاء للمطالب من قبل النظام التشريعي والتنفيذي، ففي الوقت الذي يتم فيه التعبير عن عدد كبير من المطالب لا يتحول من تلك المطالب إلى قرارات إلا عدد قليل نسبياً

❖ المخرجات: وهي السياسات والقرارات التي تتعلق بالتوزيع السلطوي للموارد، أي أنها نتاج عملية التحويل التي تتم داخل النظام بفعل المدخلات، وهذه المخرجات قد تكون إيجابية، وذلك من خلال الوفاء بالمطالب أو سلبية وذلك عندما تلجأ السلطة إلى الإرهاب لكي تضمن الحفاظ على النظام السياسي.

❖ التغذية المرتدة: وهي ما يعني تدفق المعلومات من البيئة إلى النظام السياسي عن تأثير قراراته وسياساته، فهي التي تربط المدخلات بالمخرجات في عملية مستمرة، المخرجات فيها بمثابة رد فعل للمدخلات التي بدورها تتأثر بالمخرجات (علاوي، 2015، صفحة 136)

فالنظام السياسي وفقاً لرؤية "ديفيد ايستن" يقوم على شبكة اتصالية واسعة تربط المدخلات بمؤسسات التحويل وبالمخرجات ورجع الصدى.

2. تعريف النظام الاتصالي

إن النظام الاتصالي هو جزء من النظام الاجتماعي، يتعلق بعناصر خاصة بالعملية الاتصالية التي تعتمد على توفر مرسل ومستقبل، عبر وسائل اتصالية معينة تسعى إلى تمرير رسائله، ذلك في وجود قوانين تنظمها وسياسات ترسم لها، ويقوم النظام الاتصالي على وجود عدد كاف من المؤسسات والأجهزة المساندة لعملها، وكلما تعددت وتنوعت هذه المؤسسات أمكن الحديث عن بنية اتصالية متكاملة (علاوي، 2015، صفحة 151)

3. العلاقة بين النظام السياسي والنظام الاتصالي

يعرف النظام السياسي بأنه التركيب المستمر للعلاقات الإنسانية الذي يشمل إلى حد كبير القوة والحكم والسلطة كما يعرفه ماكس فيبر أنه ذلك النظام الذي يضمن تنفيذ الأوامر في منطقة معينة الحدود وبصورة مستمرة بواسطة السلطة الفعلية عن طريق هيئة إدارية دائمة (الجاسور، 2009)

أشارت مجمل الأدبيات السابقة إلى أن ثمة علاقة بين النظام السياسي ووسائل الاتصال، أيا كانت طبيعة السلطة التي تحكم المجتمعات وأهدافها والظروف والمتغيرات التي يمر بها المجتمع، وأن حرية وسائل الاتصال حرية نسبية تختلف من مجتمع لآخر، ومن غير الممكن تحديدها، وبالتالي فالعلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الاتصال تتخذ أشكالاً متعددة تبدأ من السيطرة الكاملة للسلطة السياسية على هذه الوسائل، وتنتهي بالمشاركة الكاملة والنوعية لها في القرار السياسي وما بينهما درجات وأشكال مختلفة للسيطرة و الديمقراطية (سعود، 2010).

4. وظائف الاتصال حسب النظام السياسي

❖ في النظام السلطوي

إن النظم السلطوية تتسم بتولي قلة للحكم سواء كانت مدنية أو عسكرية أو تحالف عسكري مدني ويتم الحكم فيها مباشرة من خلال القرارات التي تتخذها النخبة الحاكمة وتمررها من خلال أجهزة الدولة (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2017)

اقتصر دور وسائل الاتصال في ظل فلسفة النظرية السلطوية على مجرد أنها ناقل للمعلومات من السلطة للشعب، ويتم نقل المعلومات للشعب وإطلاعه على القرارات والسياسات المختلفة وتأييدها دون أن تتيح الفرصة لإبداء الرأي فيها أو مناقشتها أو توصيل صوت الشعب للمسؤولين، ومن المبادئ التي وضعت أساس في تعريف النظرية السلطوية، ما يأتي :

- يسمح للأفراد بتملك وسائل الاعلام بالشراكة مع الحكومة فقط.
 - يجب الحصول على ترخيص إصدار مؤسسة اعلامية من الحكومة.
 - يشترط وضع تأمين مالي لإصدار وسيلة اعلامية.
 - يجب على ممارس العمل الصحفي الحصول على الترخيص من السلطة لممارسة العمل في الصحافة أو يتم اشتراط قيد مسبق.
 - للسلطات الحاكمة وما يتبعها من السلطات الإدارية الحق في إلغاء أو تعطيل وسائل الاتصال.
 - للسلطة الحق في فرض أي رقابة أو قيود على وسائل الاعلام .
 - لا يُسمح لوسائل الاعلام مطلقاً بنقد نظام الحكم في الدولة.
- وتهدف وسائل الاتصال إلى الدعاية وتأكيد شرعية النظام السياسي، وينظر لوسائل الاتصال كهيكل للتعبئة والتنظيم الجماهيري والتنمية الوطنية، وتميل الدولة هنا إلى تقييد حرية المناقشة (طالة، 2022).

وفي الوطن العربي عموماً، السلطات هي التي أوجدت هذه الوسائل، لتحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ولتنفيذ مصالحها الأخرى لكسب الرأي العام، والدفاع عن توجهاتها السياسية والاستراتيجية عند ظهور النظم السياسية، ففي كتابه (السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي) يرى الدكتور "أحمد قرآن الزهراني" أن الصحافة ارتبطت منذ صدورهما بالسلطة السياسية ارتباطاً وثيقاً ومباشراً (بن صغير، 2020).

❖ في النظام الديمقراطي

🏠 تعريف الديمقراطية

الديمقراطية نظام سياسي يضمن الحقوق والحريات الفردية والجماعية، ويهيئ للمواطنين ظروف تنزيلها، وتساهم الثقافة السياسية في تنمية النظام الديمقراطي الداعم لحرية التعبير في بناء الفضاء العمومي والبدائل الديمقراطية، واحترام الحقوق المركزية والأساسية للأفراد عن طريق الاستشارات الانتخابية وتشكيل الراي العام والسيادة للشعب.

ففي النظم الليبرالية:

- يعبر نظام الاتصال عن آراء متنافسة ويطرح البدائل
- ويجعل للفرد حق التأييد او المعارضة
- وتسمح هذه النظم للقطاع الخاص بالمساهمة في وسائل الاتصال مع حد أدنى من تدخل الحكومة
- تشجيع المنافسة الحرة
- تقوم هذه الوسائل بمراقبة عمل السلطة وتقديم المعلومات والمعرفة للجماهير (علاوي، 2015، صفحة 175)

وتعرف أيضا: نظام تكون فيه السيادة لجميع المواطنين الذين يمارسونها عبر انتخابات حرة بطريقة منظمة ودورية، ومن خلال تنظيم المجتمع يسمح بتمثيل تنوع المصالح والجماعات لاسيما من قبل منظمات المجتمع المدني والميديا الحرة والمستقلة (الحمامي، بن باشا، و الجلاصي، 2023، صفحة 14)

يفترض Jurgen Habermas ان الوظائف الديمقراطية لوسائل الاتصال تتمثل في:

▪ القدرة على تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع:

حيث إنه توجد في كل مجتمع مجموعة من الجماعات ذات الأهداف والاحتياجات والأيدولوجيات المختلفة، وحتى تستطيع وسائل الإعلام أن تمثل المجتمع في تنوعه فإنها لابد أن تتيح لكل هذه الاتجاهات فرصة الوصول إلى الجماهير، وأن تعرض أفكارها دون أية قيود من السلطة الحاكمة.

▪ حماية المجتمع:

فيرى Habermas أن وسائل الإعلام في المجتمع الديمقراطي لها القدرة على حماية مصالح المجتمع، بأن تكون حارساً للمجتمع. حيث يتطلع الجمهور لوسائل إعلام تراقب تركيب السلطة داخل المجتمع، وتمثل مصالح المجتمع في مواجهة السلطة، وإخبار الجمهور بأية انحرافات ترتكبها السلطة.

■ توفير المعلومات للجمهور:

حيث إن توفير وسائل الإعلام للمعرفة يتم لصالح الأفراد والمجتمع في الوقت نفسه، ومن خلال ذلك يتكامل دور وسائل الإعلام مع دور المؤسسات التعليمية، فلكي يزدهر المجتمع الديمقراطي فإن أعضائه يجب أن يتقاسموا المعرفة، وتقاسم المعرفة هو شكل من أشكال التعليم الذي يضمن أن تكون عملية صنع القرار صحيحة وقائمة على المعرفة (العالم، 2013).

من الأمثلة دور الإعلام أثناء الانتخابات: بالإضافة إلى الإبلاغ عن قضايا الانتخابات (على سبيل المثال، استطلاعات الرأي والبرامج الحزبية والتكتيكات الحزبية)، يمكن لوسائل الإعلام المساعدة في تعزيز العمليات الديمقراطية من خلال تشجيع السلطات على إجراء انتخابات حرة ونزيهة من خلال تثقيف الجمهور حول ما قد يترتب على ذلك. في هذا الدور، الصحافة وخاصة التلفزيون كأكثر وسائل الاعلام الجماهيري يمكن، على سبيل المثال، إطلاع الجمهور على الكيفية التي يجب أن تكون عليها الانتخابات الديمقراطية (مرزوقي، 2022).

■ المساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية:

فوسائل الإعلام تساهم عن طريق تقاسم المعرفة في تحقيق الوحدة الاجتماعية، كما تساعد المجتمع على أن يظل موحدًا حيث توجد ثقافة عامة مشتركة لكل أعضاء المجتمع، ووسائل الإعلام تقوم بنشر هذه الثقافة العامة المشتركة، فكلما شعر أعضاء المجتمع بهذا المشترك الثقافي زاد توحدهم وازدادت قدرتهم على اتخاذ القرارات التي تحقق المصلحة العامة؛ فالمساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية والترابط تعد من الوظائف الرئيسة للإعلام كما حددها Lasswell (العالم، 2013)

يمكن ترجمة المفهوم الجذري للديمقراطية في كونه تفويض إعلامي ديمقراطي ليكون بمثابة (1) حارسًا لتدفق المعلومات؛ (2) ضامنًا لمنتدى للنقاش العام للأفكار المتنوعة والمتضاربة في كثير من الأحيان؛ (3) هيئة رقابية عامة ضد التعسف في استعمال السلطة بكافة أشكالها (مرزوقي، 2022).

❖ في النظام الشيوعي

إن الحكم الشمولي تكون مقاليدته في يد قائد واحد وغالبا ما يستند الى قيادة حزب الدولة ويقوم باتخاذ القرارات من خلال هذا الحزب، لا توجد قواعد ملزمة في اتخاذ القرار وانما هي قرارات تعسفية،

ففي الوقت الذي يحتكر النظام السلطوي السياسة بدرجة كبيرة ويترك بعض المساحات المحدودة في المجال العام، فإن النظام الشيوعي يحتكر السلطة احتكاراً مطلقاً (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2017)

إن الدور الرئيس لوسائل الاتصال في النظام الشيوعي يتمثل في التربية الفكرية والأيدولوجية والتنمية السياسية والتنظيم لجميع فئات المجتمع، وألا تنشأ هذه الوسائل على أساس التعبير عن مصالح متعارضة باعتبار المجتمع غير طبقي ولا يوجد صراع بين الطبقات، فالنظام الشيوعي يقوم على الملكية العامة لوسائل الاتصال، ويربطها بقضايا المجتمع الاشتراكي.

فالطبقة العاملة بالتحديد هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، ووسائل الإعلام تعد جزءاً لا يتجزأ من الحكومة وأداة لتكريس سيطرة الطبقة العاملة، وتعبئة الجماهير لمساعدة النظام وأهدافه. ويعتقد "شرام" أن هذا النظام يجعل وسائل الاتصال مملوكة للدولة ويديرها ويحدد وظيفتها الحزب الحاكم، ويربطها بمبادئه الحزبية (سعود، 2010)

لاحظ العديد من الباحثين أن المسلك الشيوعي في استخدام وسائل الاتصال في التنمية كان أكثر جاذبية لكثير من دول العالم الثالث، حيث تقوم وسائل الاتصال بدور كبير في تعبئة الجماهير وتفسير الأيدولوجية الرسمية وتغليب وظيفة الدعاية، ويقوم الاتصال في هذه الدول بالمساعدة في تحقيق وحدة الشعب وتقوية نفوذ الدولة وتأييد الأهداف القوية (طالة، 2022)

وتميل الدول في العالم الثالث إلى تقييد حرية المناقشة، وتسعى إلى استخدام وسائل الإعلام لتنظيم التأييد الشعبي لسياسات الدولة، ويدعي قادة هذه الدول صعوبة ترك حرية وسائل الاتصال لأنها تشتت جهودهم فيفرضون السلطة عليها (علاوي، 2015، صفحة 173)

الفصل الرابع: العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي

1. النظام السياسي والإعلامي
2. العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية
3. العوامل الخارجية

1. طبيعة النظام السياسي

يعد المناخ السياسي السائد في المجتمع وخصائصه من العوامل الهامة والمؤثرة في الاتصال السياسي، الذي يمثل في رؤية السلطة السياسية لدور المواطن، ومدى توافر التنظيمات الحزبية والشعبية المختلفة، ورؤية السلطة للنظام الإعلامي. والمشاركة.

في النظم غير الليبرالية فإن اتجاه العلاقة فيها محدد؛ إذ يسيطر النظام السياسي على النظام الاتصالي والإعلامي ويخضعه لتوجهاته وأهدافه، وليس لوسائل الإعلام أو الإعلاميين في هذه النظم دور خارج نطاق تنفيذهم لهذه التوجهات والأهداف.

فالأنظمة غير الديمقراطية تكون وسائل الإعلام فيها خاضعة للسلطة، ومنفذة لتوجهاتها ومليئة لأوامرها، وساعية باستمرار لخدمة أهدافها؛ ولهذا فإن مثل هذه العلاقة أحادية الجانب لا يمكن فيها لوسائل الإعلام أن تقوم بأي دور أو تسهم في أي حدث، وهو ما ينعكس سلباً على اتجاهات الجمهور نحوها وتصوره لأدوارها (سعود، 2010).

حيث يؤدي ضعف وسائل الاتصال السياسي وعدم اتصافها بالاستقلالية والفاعلية والتعبير عن المجتمع، إلى احتواء السلطة السياسية لها، وبالتالي تقل قدرتها على التأثير في المجتمع، نتيجة عدم وجود مشاركة جماهيرية حقيقية عبر هذه الوسائل حول القضايا والقرارات السياسية؛ مما يفقد المجتمع الثقة، ويزيد الشكوى وتزايد الشائعات السياسية، ويؤدي ذلك إلى نشوء مجتمع يتسم بالسلبية واللامبالاة.

وعند مقارنة النظم الديمقراطية بغيرها من النظم، نجد أنه في المجتمعات الديمقراطية لا ينفرد حزب واحد أو جماعة مصالح أو مؤسسة إعلامية في العمل كحارس للبوابة؛ فالاتصال يجب أن يكون مفتوحاً حتى تتمتع كل المصالح السياسية بفرصة تقديم وجهات نظرها؛ فمفهوم الحرية والديموقراطية في النظم الإعلامية يهدف إلى توسيع الملكية العامة، ويوفر للفرد والمجتمع الحرية والديموقراطية في كل مجالات الممارسة، والدفاع عن الصالح العام، والرقابة على السلطة والأجهزة البيروقراطية.

2. طبيعة النظام الإعلامي

من أهم العوامل المرتبطة بالوسيلة الإعلامية والمؤثرة في طبيعة المضمون الإعلامي نجد: نمط الملكية ومصادر التمويل، ونمط الفكر الإداري والتنظيمي الذي تتبناه المؤسسات الإعلامية، إلى جانب

توجهات السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية، ومستوى تأهيل القائمين عليها وكذلك نمط العلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر الأخبار والمعلومات، كما أنّ أسلوب المعالجة يؤثر على المواقف والقيم والأفكار التي تعبر عن النظم والسياسات التي تنتمي إليها أو ما قد يفرضه النظام السياسي من توجهات على مضمون وأسلوب المعالجة الإعلامية لتخدم أهدافه وتحقق مصالحه، حرية النظام الإعلامي هي التي تكفل وتصون الرأي الموضوعي والتعبير الحقيقي عن توجهات الرأي العام، وهنا فقط يصبح لكل من الرأي العام والنظام الإعلامي وزن وقيمة فعلية في عملية صنع القرارات.

وتخضع وسائل الإعلام والاتصال لمجموعة من العوامل والضغوط والقوانين المتمثلة بالدستور، القوانين الحكومية مثل: قانون المطبوعات، قانون الملكية الفكرية، التي تكفل الحقوق والحريات، أو تقوم بتقنين التراخيص، أو تفرض الرقابة والقوانين واللوائح المنظمة للمؤسسات الإعلامية.

وتختلف هذه العوامل من مجتمع إلى آخر، ومن وسيلة إلى أخرى، وفقاً لفلسفة الاتصال وسياسته السائدة، ومن نمط ملكية إلى آخر، ووفقاً لتوجهات الجهة القائمة على الملكية وتصوراتها حول طبيعة الدور السياسي الذي يجب أن تمارسه وسائل الاتصال في المجتمع (بومشعل، 2019).

❖ الإنترنت كنظام اتصالي جديد

إن شبكة الإنترنت مازالت خارج نطاق سيطرة الدول والحكومات والأحزاب السياسية، فهي تتيح فرصة ثمينة لإحداث تغيير في أسلوب الاتصال السياسي وطبيعة تعبير الرأي العام وتكوينه.

فمن أهم مميزات الإنترنت كوسيلة اتصال سياسي:

- الرسالة والوسيلة في الإنترنت خاليتان من التشويش الذي توصم به القنوات التقليدية للاتصال السياسي
- يتميز الاتصال من خلال الإنترنت بسرعة انتشار المعلومة واستقبالها بحرية عبر جميع المستويات، القدرة على الحوار
- عدم تشويش المعلومات بحسب الأهواء، متحدية بذلك الوسائل التقليدية
- الإنترنت تساعد على لامركزية إنتاج المعرفة و(دمقرطة) تكوين الرأي

- تنشيط العملية الديمقراطية من خلال الطبيعة التفاعلية التي تشجع على مشاركة جماهيرية أكبر في التعبير عن الرأي وصنع القرارات وعملية الحكم.
- لا تتيح الفرصة لسيطرة المسؤولين على تدفق المعلومات؛ فهي وسيلة لم تتأثر بالمصالح المتضاربة للوسائل والأحزاب السياسية، وحسب هذا الاتجاه فإن الإنترنت تجسد حرية الخطاب والمعلومات، وتعطي مؤشرات نزيهة للمعلومات كأساس يبني عليه الرأي العام.
- ومن الاستخدامات السياسية للإنترنت:
- تقديم معلومات حول المرشحين للانتخابات
- القيام بعمليات الحشد والتعبئة السياسية
- تقلص إلى حد ما من قدرة الأحزاب السياسية على السيطرة
- قناة لتشكيل الرأي العام ونقاشه وطرحه دون سيطرة النخبة السياسية
- نقل السلطة إلى الأفراد (سعود، 2010)

3. العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية

- لا شك أن وسائل الاتصال تعمل في إطار مرجعي شامل يتكون من معتقدات المجتمع وقيمه وسماته الرئيسة، ويسهم هذا الإطار في توجيه الممارسة المهنية لهذه الوسائل، وتوجيه استجابات أفراد المجتمع، ويعكس العلاقة فيما بينهما. وهذه الأطر والمحددات القيمية تؤثر في الأسس التي تستند إليها وسائل الاتصال في تناولها لمختلف المواضيع والقضايا.
- وفي المقابل تمارس وسائل الاتصال دورا مهما في مراقبة البيئة، لدعم استقرار النظام الاجتماعي السائد، والسعي لتقديم كل ما يحافظ على الهوية الثقافية، وتقديم المعلومات بما يتسق مع قيم وثقافة كل مجتمع.

وهناك علاقة تفاعل متبادلة بين نظام الاتصال والنظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، حيث أن متغيرات البيئة تحدد فاعلية وكفاءة عملية الاتصال، ولا يمكن فهم نظام الاتصال وفعاليته دون فهم وضعه

في إطار النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، ودون معرفة النسيج الاجتماعي والمعتقدات الثقافية التي يعمل من خلالها، خصوصاً أن الأيديولوجية تشكل المصدر الأساس للمبادئ العامة لسياسة الدول.

ومن هذه العوامل:

❖ التعليم

التعليم ينمي لدى الأفراد مهارات متنوعة منها:

- القراءة والتحليل وفهم القضايا والأحداث ومتابعتها من خلال وسائل الاتصال والتفاعل معها
- يساعد على تنمية الإحساس بالواجب المدني، والتفكير بالمصلحة العامة، والشعور بالمسؤولية
- زيادة الوعي والمعرفة بالقضايا السياسية والاجتماعية
- تكوين الآراء حول مختلف الموضوعات العامة، وبالتالي القدرة على التأثير في صنع القرار، وبخاصة أن الأفراد الأكثر تعليمًا هم أكثر معرفة بالأنشطة الحكومية، ويمكنهم المشاركة في الأنشطة السياسية، مثل: السعي لمنصب سياسي، أو العمل كعضو في حزب سياسي أو تنظيم معين.
- كلما ارتفع مستوى التعليم بين أفراد المجتمع، ارتفع مستوى المشاركة السياسية للجماهير، وتعددت حاجاتهم وطموحاتهم، حيث تقوم وسائل الاتصال بأدوار مهمة لأداء الدولة وتوفير قنوات للمشاركة السياسية الشعبية في القرارات الحكومية.

❖ الوعي

يفترض عدة متطلبات، أهمها: التعليم والخبرة. وهذا أمر لا يتوافر في كثير من الدول النامية، حيث ترتفع نسبة الأمية، ويميل الفرد العادي إلى تحاشي السلطة وتجنبها، بالإضافة إلى عدم توافر الحد الأدنى للكفاف الاقتصادي. ويحدث نقص الوعي السياسي نتيجة لعدم معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله من أحداث ووقائع.

❖ انخفاض مستوى الدخل

إن انخفاض مستوى الدخل العام يؤدي إلى انعدام الثقة في وسائل الاتصال، وصنع مناخ غير ملائم للتعرض لها وضعف المستوى المهني. ويترتب على ذلك انخفاض نصيب الفرد في المجتمعات

النامية عن الحد الأدنى الذي وضعته اليونسكو من وسائل الاتصال، حيث أشارت إلى أن هناك تناسباً عكسياً بين كل من الأوضاع التعليمية المتردية وانتشار الأمية وبين انتشار وتوزيع الصحف اليومية.

فتحسين الوضع الاقتصادي للعاملين قد أدى إلى زيادة مشاركة هؤلاء العاملين في جميع المجالات داخل وخارج منشأتهم، كما أن بعض الأشخاص الذين يحققون نجاحاً اقتصادياً تتكون لديهم خصائص معينة يتوقع معها زيادة المشاركة في النشاطات السياسية والاجتماعية.

❖ العادات والتقاليد

إن القيم والعادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع تقف خلف السلوك الإنساني؛ فهي أداة الضبط الأولى للسلوك، وتقويم توجهات ومواقف الأفراد. كما تختلف مفاهيم ومصادر وخصائص هذه المحددات القيمية التي تحتكم إليها وسائل الاتصال من مجتمع لآخر، بحسب تباين المرجعيات الثقافية والتاريخية لكل مجتمع، وبحسب طبيعة النظم والسياسات أيضاً داخل كل مجتمع.

4. العوامل الخارجية

من أهم العوامل الخارجية المؤثرة في الاتصال السياسي :

❖ الثورة المعلوماتية:

وهي الأساس الذي تركز عليه العولمة في هدفها الأساس، المتمثل في:

- إزالة الحواجز والحدود بين المجتمعات

- تداخل أعضائها في بناء متشابك

فالعولمة في بعدها السياسي أو "العولمة السياسية" هي البعد المستقبلي، والأكثر إثارة للجدل من الأبعاد الحياتية الأخرى؛ لأنها تتضمن الانتشار الحر والسريع للأخبار والأحداث والقرارات والتشريعات على الصعيد العالمي، عبر مختلف وسائل الاتصال.

ولم يعد هناك مجال لإخفاء الحقائق والمعلومات السياسية، سواء المحلية منها أو الخارجية، فقد تلاشت سيطرة جهة واحدة على الموضوعات السياسية، وأصبح المواطن في وطنه معرضاً لوجهات النظر

الأخرى بكامل تفاصيلها، وعارفاً بخفايا الموضوعات والمشكلات السياسية بدرجة قد تفوق معرفة الحكومة المحلية نفسها.

ففي عصر العولمة يتلاشى الفصل بين المحلي والعالمي، ويحدث تداخل بين كل من الشأن السياسي الداخلي والخارجي؛ فالدولة لم تعد وحدة ارتكازية في المجال السياسي العالمي الجديد، فثمة تكتلات إقليمية ومنظمات غير حكومية وهيئات دولية وشركات عابرة للجنسية تسعى لإدارة العالم بصورة جماعية، وأصبحت الحكومات الوطنية تتشارك في قوتها ونفوذها السياسي والاقتصادي والأمني مع مؤسسات متعددة الجنسيات ومنظمات دولية (حمدان، 2020)

❖ الشركات المتعددة الجنسيات

إذا كانت الدولة تشكل محور الاقتصاد الدولي، فإن الشركات متعددة الجنسيات تشكل محور اقتصاد العولمة، وما يجري هو محاولة تحويل العالم كله إلى سوق عالمية واحدة خاضعة لنشاطها وسيطرتها، حيث يوجد في العالم أكثر من ٤٠ ألف شركة متعددة الجنسيات، تبلغ إيراداتها أكثر من نصف الناتج الإجمالي العالمي. وقد بدأت هذه الشركات المتعددة الجنسية تحل محل الدولة، وأصبحت قادرة على الاستغناء عن بعض وظائفها.

وتعد أخطر هذه الشركات هي امبراطوريات وسائل الإعلام، القائمة على التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال وبرامج المعلومات والترفيه، بحيث تصبح شركة كونية واحدة، وتتصب أنفسها في القرن الواحد والعشرين شركات الألف سنة الجديدة.

والتدفق الإخباري والإعلامي في العالم أضحى يسير باتجاه واحد، ووجهة نظر واحدة تعبر عن رأي القوى المسيطرة فقط؛ وبالتالي تظهر خطورة هذا الاحتكار الإعلامي من قبل الشركات المتعددة الجنسية، بما تحمله من ثقافة عابرة للقوميات، حيث تسيطر الدول الصناعية المتقدمة على وسائل الاتصال الحديثة، ومصادر الأنباء، وتوظفها لصالحها على حساب المصالح الوطنية للدول.

ومن هنا يتضح أن السياسة بدأت تصبح مسلوقة الإرادة وتفقد شرعيتها؛ لكونها تسير بما يميله عليها الاقتصاد الذي أخذ يسير السياسة برمتها، بغض النظر عن الأبعاد الاجتماعية والسياسية المترتبة على ذلك (حمدان، 2020).

الفصل الخامس: وسائل الإعلام و صنع القرار السياسي

1. دور وسائل الإعلام في الاتصال السياسي

- الصحافة

- الإذاعة

- التلفزيون

- شبكات التواصل الاجتماعي

2. دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي

1. دور وسائل الإعلام في الاتصال السياسي

1.1. دور الصحافة المكتوبة في الاتصال السياسي

1.1.1. أهمية الصحافة المكتوبة في السياسة

تتجلى هذه الأهمية في:

- هي تمثل جزء أساسي في عملية التكوين السياسي للمجتمعات
- لها تأثير كبير في تكوين الراي العام والتنشئة السياسية
- لها دور كبير في التطورات السياسية في العصر الحديث، لها دور في نجاح الثورة الامريكية والفرنسية والحركات القومية في أوروبا
- الصحافة الحرة هي القوة الضاغطة على الحكام، من خلالها يعبر الراي العام عن نفسه
- توظفها الحكومات والسياسيين كسلاح قوي للدفاع عن افكارها خاصة في الدول النامية، وقد قال الرئيس السوفياتي السابق "خروتشوف" في هذا السياق: " الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيسي، ونحن نوجب عليها ان تتكل بخصوم الطبقة العاملة" (بودهان ا.، 2017)
- في فترة الانتخابات تلعب الصحافة المكتوبة دورا كبيرا في فترة الانتخابات وكل مرشح يسعى للحصول على أحسن تغطية لحملته الانتخابية، فالصحف تقدم يوميا لقراءها عدة ملايين من الكلمات، وتعرض للناخب مختلف مواقف المترشحين
- لذلك يقول الباحث " نيهان دافيد" أن الصحف التي تغطي الحملات هي التي تنظم العمل، وهي التي تضع الجدول للحملة السياسية"، لذلك عادة ما تلجأ الصحف في فترة الحملات الانتخابية الى اجراء عمليات استطلاع الراي (بودهان ا.، 2017)

2.1.1. الوظائف السياسية للصحافة المكتوبة

- الوظيفة الإخبارية ومراقبة البيئة: فالصحافة المكتوبة لا تمدنا فقط بالمواد الإخبارية ولكنها تلعب دورا سياسيا في المجتمع، اذ انها تصنع الكثير في برنامج العمل السياسي، كما انها تساعد على تحديد المطالب السياسية التي تثار من طرف الأفراد.

- الوظيفة التفسيرية للأحداث: ان التفسير الذي تختاره الصحيفة للأحداث والوقائع يؤثر على القرارات السياسية للجماهير
- وظيفة التنشئة السياسية: تعتبر الصحافة المكتوبة احدى مؤسسات التنشئة السياسية لان الكم الكبير من المعلومات التي يحصل عليها الجمهور عن طبيعة عالم السياسة تأتي منها
- التأريخ السياسي للأمة: فعلى الصحافة ان تأخذ على عاتقها مهمة التأريخ السياسي من خلال تسجيل وقائع الأحداث التاريخية والاقتصادية التي تتوالى على الأمم والشعوب (بحري، 2021)

3.1.1. الصحافة في النظام الاشتراكي للإعلام

ينظر للصحافة في النظام الاشتراكي على ان وظيفتها الأولى هي ان تكون همزة وصل بين السلطة الحاكمة والمواطن، لذلك فالمطلوب منها أن تكون منظما اجتماعيا تسعى لخلق حوار دائم مع القراء، ذلك بفتح صفحاتها مع القراء.

وقد أكد زعيم الثورة البلشفية "لينين" في احدى خطاباته حول وظيفة الصحافة في المجتمع الاشتراكي، ويرى في الانتقادات الموجهة للصحف وسيلة لتأدية وظيفتها كاملة في خدمة المجتمع الجديد. فالصحافة في نظر الاشتراكيين هي وسيلة تربط العلاقة مع طبقة العمال، فوجود صحافة خاصة لنشر اهتمامات القراء هي خطوة مهمة في تحقيق الحق في الاتصال للمواطن.

لهذا اهتمت الصحافة الاشتراكية بوضع اقسام خاصة لاستقبال رسائل القراء ونشرها، ولكن بشروط من أهمها: أن تكون موجهة لخدمة الصالح العام، لا نقد النظام القائم وتحريض الجماهير على العصيان والتمرد.

وكانت هذه الرسائل في أغلبها شكاوى او مطالب تخص الطبقة العمالية، أو رسائل تأييد ودعم لمسؤولي الدولة (بودهان ا.، 2011).

4.1.1. الصحافة في النظام الليبرالي

وفي إطار النظام الديمقراطي:

إن الحكم الديمقراطي يستحيل بدون حرية التعبير والفكر، بحيث يستطيع الناس عن طريق المنافسة الحرة، والاطلاع على الاخبار والأحداث أن يمارسوا التأثير والرقابة على الحكومة، هذا الامر هو الكفيل بإيجاد ديمقراطية فعالة.

حضور الصحف يعتبر مصيريا، فهي كانت ولا تزال تشكل الأرضية الأساسية للتبادل بين عدد محدود من المحكومين والحكام، لذلك نجد تعدد وتنوع الصحف من حيث الملكية والتوجه، فهناك جرائد عمومية تصدرها الحكومة وتسار توجهاتها، وكذلك جرائد ذات ملكية خاصة قد تعارض توجهات هذه الحكومات، وهذه الظاهرة معروفة بالنظام الديمقراطي.

يقول "كوتري" " فاذا لم تتسبب افتتاحية صحيفة ما يوميا في اسقاط وزارة فان الحكومات تضع في حساباتها هذا الامر"

يرى النظام الليبرالي أن الصحافة من اهم وظائفها الأساسية ان تهتم بالجمهور وتفتح له فضاء حرا للتعبير عن مواقفه واراؤه لأجل توصيلها للمسؤولين، لذلك سعت المؤسسات الصحفية الى تخصيص اقسام خاصة لنشر رسائلهم قائمة على مبدأ حرية التعبير وترك المجال للأفراد للتعبير بصورة حرة دون توجيه او تقييد.

5.1.1. الصحافة في النظام السياسي الجزائري

الصحافة المكتوبة في الجزائر ارتبطت بمرحلتين في تاريخها، الأولى هي فترة ما قبل أكتوبر 1988 أي عصر الأحادية السياسية والإعلامية، والمرحلة الثانية هي فترة ما بعد أكتوبر 1988 أي بعد التعددية.

• في مرحلة الأحادية:

اعتبرت الصحافة جهازا تابعا للنظام الحاكم، فالسلطة السياسية في الجزائر كانت هي الوحيدة التي تحدد السياسة الإعلامية، وقد عمل الإطار الأيديولوجي والسياسي الذي كان سائدا على انسداد الابداع الثقافي والحريات العامة في الجزائر، وكان تبرير ذلك بالحفاظ على كيان الحزب الواحد خاصة ان الجزائر كانت حديثة العهد بالاستقلال.

وكانت الصحافة توجه لتحقيق العملية التنموية كما اعتبر الصحفي موظفا كباقي الموظفين في مؤسسات الدولة.

وقد تميزت الصحف بأنها:

- هي الواسطة في الاتصال السياسي بين الطبقة الحاكمة والمحكومين
- عدم لجوء المواطنين الى نشر الرسائل المفتوحة التي في أصلها تحمل الشكاوى والمطالب
- لم تكن تخصص مساحات في الجرائد للجمهور للتعبير عن اهتماماته وانشغالاته اليومية
- تقوم بإيصال خطاب القمة الى القاعدة، مما أدى الى غياب ثقة المواطن في الحاكم

• في مرحلة التعددية:

منذ أكتوبر 1988 أصبحت ضرورة تحرير الصحافة مطلباً شعبياً، فقد كانت أحداث أكتوبر فرصة للنشاط الصحفي لتحقيق مكسب حرية التعبير ولعب أدوار جديدة في عملية الاتصال السياسي، بعد ان كانت المؤسسات الصحفية في السابق متهمة بارتباطها التام بمصالح السلطة السياسية على حساب مصلحة المواطنين.

وتميزت الصحافة بـ:

- التكفل بمشاكل المواطنين عبر صفحات أو أركان خاصة مثل: بريد القراء
- توجيه رسائل مفتوحة للحاكم مباشرة (عبد العزيز بوتفليقة) على مستوى الصحف مثل: الشعب- المجاهد كمبادرة تشير الى أداء الصحافة دورها المهم في عملية الاتصال السياسي
- تزايد وانتشار كبير للرسائل المفتوحة بعد نقل الوساطة من وسيط الجمهورية كهيئة إدارية الى الصحافة المكتوبة (بودهان ا.، 2011)

2.1. دور الإذاعة في الاتصال السياسي

1.2.1. الأهداف السياسية للإذاعة

تهدف إلى:

- شرح السياسات الداخلية والخارجية وتزويد الجمهور بالبيانات والمعلومات
- إعداد وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية
- تحقيق رغبات الجمهور وتطلعاته في مختلف البرامج
- نشر ثقافة المشاركة السياسية التي هي عماد الديمقراطية لتتوير الرأي العام بمستجدات الساحة السياسية (شعشوعة، الإذاعة والمشاركة السياسية، 2023).

2.2.1. دور الإذاعة في تفعيل النشاط السياسي

- لعبت الإذاعة ولا زالت تلعب دورا في الدعاية السياسية، حيث ومنذ بداية القرن الماضي خاصة قبل انتشار التلفزيون كانت تمرر أغلب الرسائل الإعلامية لتوجيه الرأي العام، وكانت تستعمل في الحريين العالميتين كوسيلة دعائية بامتياز نظرا لوصولها لأكبر قدر من الجماهير الامية لبساطة اللغة المستعملة فيها.
- الإذاعة تخاطب جميع المستويات في الجماعات البشرية سواء كانت متعلمة أم لا، وهنا يجد السياسيون سببا مقنعا في استخدامها كوسيط للاتصال بالقاعدة خاصة خلال فترة الانتخابات
- تستخدم اللغة البسيطة التي يفهمها العامة من اجل تحقيق تأثير على أكبر عدد من الجماهير
- وسيلة إعلانية هامة لان ما يهم المعلن هو وصول الإعلان الى قطاعات عريضة من الجماهير، بالنظر الى كونها وسيلة إعلامية واسعة الانتشار (المنازل - المحلات - الإدارات - الهواتف النقالة....) وهنا يهتم السياسيون بالإعلان فيها بقدر اهتمامهم بالتلفزيون
- تخصيص حيز زمني للبرامج السياسية والتطرق للنشاط السياسي خلال المواعيد الإخبارية اليومية مثل برنامج زوايا الأحداث في القناة الأولى يتناول بالتحليل والنقاش كبريات القضايا الوطنية والدولية.

- من خصائص الشبكة البرمجية الإذاعية "المرونة" أي انها قابلة للتغيير الجزئي حسب الظروف والمناسبات، فمثلا خلال المواعيد السياسية الهامة (تعديل الدستور) تقوم إدارة الإنتاج بتكثيف البرامج السياسية التي تشرح الموعد السياسي أهميته ونتائجه (شعشوعة و بوعمامة، الاتصال السياسي في الإذاعة الجزائرية، 2018)

- توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لتعميق الولاء للنظام الحاكم عن طريق مثلا الأغاني الوطنية والمونولوجات السياسية

- تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية وأسباب تأخرها خاصة في المناطق النائية، وهنا تبرز أهمية البرامج التي ترفع صوت المواطن الى المسؤولين، على غرار البرامج الإخبارية التي تتضمن ربورتاجات ميدانية وتحقيقات معمقة حول وضع المجتمع (شعشوعة، الإذاعة والمشاركة السياسية، 2023)

- توجيه النقد كأداة لدفع السلطة للتغلب على التحديات المختلفة من خلال البرامج التي تحتوي على نقد مباشر للمسؤولين (تعد جزء من عملية التثقيف السياسي) خاصة في النظام الديمقراطي.

- تفعيل المشاركة العامة من خلال مفهوم صحافة المواطن، من خلال إنشاء محتوى إخباري يتم نشره على المشاركين، حيث يمكنهم من المشاركة في العملية الديمقراطية والتعبير عن الأفكار (المركز الاعلامي، 2024)

- توحيد الرأي العام الوطني ودمج السياسات المختلفة في إطار التنمية الوطنية من خلال تطوير القيم والمعتقدات السياسية (شعشوعة، الإذاعة والمشاركة السياسية، 2023) .

3.2.1. الإذاعة أثناء الانتخابات

تقوم الإذاعة أثناء الانتخابات بمايلي:

- التحسيس والتوعية السياسية للمواطن
- مخاطبة فئات المجتمع بطرق جذابة ومتنوعة تجذب الجمهور
- إنتاج برامج سياسية تشجع على المشاركة في الانتخابات (كبيدي و عبيد، 2017)

الإذاعة الجزائرية مثلا نظرا لعدم وجود إذاعة خاصة، خلال الانتخابات وضعت إدارة الإذاعة مخططا اتصاليا مفصلا لجميع قنواتها وحتى الإذاعات المحلية حتى يتسنى للمرشحين المساهمة في البرامج الإخبارية لعرض برامجهم الانتخابية.

كما تقوم بالتعبئة والرفع من نسبة المشاركة في هذه الانتخابات، من خلال مرافقة العملية الانتخابية منذ بدايتها، شكلا ومضمونا، عبر بث برامج ذات قيمة ومحتويات تشرح مضامين قانون الانتخابات الجديد والضمانات المقدمة المتعلقة بنزاهة وشفافية الانتخابات.

وفي هذا الإطار يقول المدير العام للإذاعة الوطنية " محمد بغالي " نحن نعلم جيدا أن الإذاعات الجهوية تلعب دورا كبيرا جدا في حشد الرأي العام وإقناعه بضرورة الترشح والتسجيل في القوائم والذهاب للانتخاب لأن هذا الموعد سيدفعنا كإذاعة نحو تكريس الاستقرار والأمن والوحدة الوطنية للجزائر، لذلك فليس غريبا أن يتحدث عنها رئيس الجمهورية، حين تحدث عن الإذاعات الجهوية بالاسم ووضعها في قلب برنامجه الخاص في التعاطي مع نقاط الظل. "(الإذاعة الوطنية، 2021)

4.2.1. البرامج السياسية في الإذاعة

تعتبر البرامج السياسية الأهم بين البرامج، وتشغل هذه البرامج المساحة الأكبر في خرائط البث اليومي، فهي تسمح للجمهور بـ:

- توفر التثقيف السياسي من خلال معرفة مختلف الأحداث والاختبار السياسية
- دعم التنمية الوطنية (المركز الاعلامي، 2024)
- دعم حرية التعبير لدى الراي العام من خلال فتح المجال للمواطنين للمشاركة بآرائهم وأفكارهم في الساحة السياسية (البرامج الحوارية التفاعلية)
- تكوين صورة واضحة عن الفاعلين في السياسة، ويكون ذلك وفق التبسيط والتكرار.

ومن أصناف البرامج السياسية في الإذاعة:

❖ البرامج الإخبارية: تعنى بتسليط الضوء على مختلف أوجه التنمية المحلية، وتشكل حيزا مهما فيها

❖ البرامج السياسية الحوارية: وتكون حسب فترات زمنية محددة مرهونة بالتطورات السياسية للبلاد، ولها دور كبير في التأثير على الرأي العام، من خلال توضيح الرؤى والمواقف في مختلف المواضيع.

وهذه البرامج قد تخضع لمنطق حارس البوابة خصوصا في المؤسسات العمومية، بحيث تتحكم في المضمون الإعلامي وترسم توجهها السياسي (فرج، مسعودي، و معمر، 2022)

1.2.5. الإذاعة ودورها السياسي في الجزائر

ظهرت الإذاعة الجزائرية في خضم الانتصارات المتتالية للثورة الجزائرية، كانت بمثابة الدراع الإعلامي المسموع موازاة والمنشورات، وقد مثل 16 ديسمبر 1956 نقلة نوعية في الاعلام الثوري تجسد ذلك في:

إذاعة الجزائر الحرة المكافحة: تأسست في 16 ديسمبر 1956 (جبار و بوعمامة، 2017)، الإذاعة السرية بدأت سنة 1956 بشاحنة صغيرة يتم اخفاؤها عن أعين المستعمر وأجهزة أمريكية الصنع، كما تم الاستعانة بمجموعة من الشباب المثقفين ممن شاركوا في مظاهرات الطلبة في مايو 1956 وبدعم من قادة الثورة استطاعوا ضمان بث مباشر لمدة ساعتين في اليوم باللغات العربية، الأمازيغية والفرنسية.

وبالرغم من الظروف الصعبة "قدمت الإذاعة السرية مضمونا متنوعا بين البلاغات العسكرية والتعليق السياسي والرد على الادعاءات الاستعمارية، بالإضافة إلى حشد همم الجزائريين ولاحقا الحديث عن زيارات المسؤولين في الحكومة الجزائرية المؤقتة إلى الخارج.

فبينما اشتغل التقنيون على تطوير وسائل البث، عمل المحررون على تقديم رسالة إعلامية هادفة تخدم الثورة الجزائرية وتبعث في نفوس الجزائريين الأمل في الحرية"، مشيرا إلى أن من بين الأصوات البارزة آنذاك وحتى بعد الاستقلال الصوت الحماسي، عيسى مسعودي، إلى جانب آخرين أعطوا كل ما لديهم من أجل الجزائر (وكالة الأنباء الجزائرية، 2021)

واليوم تضطلع الإذاعة الجزائرية في مقدمتها القناة الأولى بما يجري في الساحة السياسية من خلال الإجابة عن مختلف تساؤلات المواطن اليومية حول قضايا هامة مثل مختلف الانتخابات التشريعية والمحلية، التشغيل والسكن...الخ، فالإذاعة الوطنية تركز على مثل هذه القضايا وتجعل من استوديوهاتها

حلبة للنقاش السياسي الجاد بين مختلف الكتل السياسية للخروج بنتائج تصب في مصلحة المواطن والأحزاب على حد سواء (شعشوعة و بوعمامة، الاتصال السياسي في الإذاعة الجزائرية، 2018)

3.1. دور التلفزيون في الاتصال السياسي

1.3.1. مميزات التلفزيون كوسيلة للاتصال السياسي

- يجمع بين الرؤية والحركة والصوت واللون والجاذبية
- يكبر الأشياء الصغيرة ويصغر الأشياء الكبيرة
- أكثر المؤسسات الإعلامية شمولية من حيث الوظائف
- سهل الاستعمال
- من بين أقدر المؤسسات الإعلامية على التمويه وقلب الحقائق وإخفاءها (معايش، 2018)
- يملك القدرة على تحقيق سبق الصحفي ونقل الأحداث
- مخاطبة جميع الفئات بمختلف المستويات
- يتخطى الحدود الجغرافية

2.3.1. الوظائف السياسية للتلفزيون

- التعبئة والتجنيد السياسي: بمعنى تعبئة الجماهير وإلهامها بالفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي، وتهيئة الأفراد نفسياً ومعنوياً وذهنياً لاستقبال أحداث سياسية متوقعة
- التوعية السياسية: يعتبر التلفزيون إحدى وسائل التوعية السياسية التي من خلالها يتمكن الأفراد من فهم وإدراك الواقع السياسي والاجتماعي والتاريخي، وجعلهم قادرين على التصور الكلي للواقع المحيط ببلورة اتجاهاتهم السياسية
- محاولة تغيير الاتجاهات: محاولة الاقناع المتتالية من أجل تغيير الاتجاهات، وذلك من أجل تهيئة المناخ لوحدة الأمة
- التطوير السياسي للأفراد: من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات المفيدة ورؤية العالم المحيط بهم

- الدعاية السياسية: الدعاية السياسية تستقي تقنياتها من عنصرين أساسيين وهما: الإشهار والأيدولوجية السياسية، والتلفزيون يملك القدرة على توظيف هذين العنصرين في السيطرة على سلوكيات الافراد والجماعات (معايش، 2018)
- إمداد الجمهور بالمعلومات وقت الأزمات وبث الحالات الشعورية حول الأحداث (علوان، د.س)
- تمد الرؤساء بالمعلومات عن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لصناعة القرارات السياسية
- نشر القصص الخبرية التي تشكل أساس النقاش الجماهيري العام
- تهيأ للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم للجمهور لشرح سياساتهم
- ترتيب الأولويات: من خلال التغطية الإخبارية اليومية للأحداث، يمكن وضع الكثير من الموضوعات دون غيرها في البرنامج السياسي، وإثارة بعض القضايا دون غيرها
- له دور في مقاومة بعض القضايا الهامة التي تعوق التنمية السياسية مثل: الإرهاب-التطرف....

3.3.1. دور التلفزيون أثناء الانتخابات

عن طريق التلفزيون تصل رسائل المرشحين الى الرأي العام، يستخدم في استمالة الجماهير لمساندة مواقفهم واستخدامه على نطاق واسع، ويقوم التلفزيون بـ:

- ✚ يزود الناخب بالكثير من المعلومات التي تشكل خياراته السياسية
- ✚ يؤدي دور المصفاة من خلال تحديد المعلومات التي يوصلها للجمهور
- ✚ أجبر السياسيين على اتباع أساليب جديدة في الخطابة والقيادة السياسية
- ✚ طور من الفنون الدعائية والمهارات الاتصالية الشخصية للمرشحين
- ✚ يبيث المناظرات السياسية (علوان، د.س)

4.3.1. الآثار السياسية للتلفزيون

من آثار التلفزيون السياسية مايلي:

- ازدياد قوة المواطن العادي في مواجهة السلطة السياسية، ذلك عبر اطلاعه على كل الاحداث السياسية عبر شاشات التلفزيون ما أدى لإزالة حاجز الغموض
- تمتع المواطن في العصر الحالي بحقوق معنوية أكثر من المراحل السابقة، بحيث أصبح الحوار والاقناع من ضرورات الممارسة السياسية كبديل عن أسلوب العنف
- انهيار حاجز السرية للمعلومات، فلم بعد النظام السياسي قادر على إخفاء المعلومات، حتى في الأنظمة الشمولية، فما يخفيه في الداخل يمكن الحصول عليه من الخارج
- تزداد مهمة صانع القرار السياسي تعقيدا نتيجة الكم الهائل من المعلومات التي تصله عبر التلفزيون بشأن القضايا المختلفة في تحديد المشكلة والبدائل
- اجتياز الحدود بين الدول واداة فعالة في التأثير في السياسة الخارجية بين الدول، كخلق قوة ضاغطة محلية موالية لصانع القرار في دولة أخرى، او تهيئة المناخ لصالح قرار اتخذته الدولة القائمة بالاتصال

5.3.1. الصورة المرئية في التلفزيون والاتصال السياسي

تقوم الصورة المرئية بدور إقناعي، حيث أثبتت الدراسات أن الكثير من الناخبين يعتمدون على تعبيرات الوجه لبلورة الآراء نحو المرشحين، إضافة الى توفر الجاذبية الشكلية، فالمرشحين أصحاب الجاذبية يأخذون أصوات أكثر من منافسيهم.

والتلفزيون يؤرخ للمناظرات منذ 1960 بين "ريتشارد نيكسون" و"جون كينيدي" رغم أن مناصريه كانوا يتوقعون الفوز، إلا أن الصورة التلفزيونية أحدثت الفارق، ف"نيكسون" قدم منهكا بعد لقاء جماهيري وكان صاحب الوجه فظهر مرتبكا، بينما "كينيدي" هادئ وانيق فأبهر المشاهدين، وأكدت استطلاعات الرأي تفوقه.

4.1. شبكات التواصل الاجتماعي والاتصال السياسي

1.4.1. خصائص الاتصال السياسي عبر الشبكات الاجتماعية

- غياب الرقابة مقارنة بالاتصال السياسي في المؤسسات التقليدية المتعارف عليها كالأحزاب السياسية والجمعيات ذات الشأن السياسي
- سهولة تكوين مجتمع افتراضي الذي يتميز بـ:
- لا يتحدد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع أشخاصا لا يعرفون بعضهم البعض
- لا تقوم على الجبر والالزام بل على الاختيار
- يملك افراده وسائل التنظيم والتحكم والقواعد (لضمان الخصوصية مثلا) (independent عربية، بلا تاريخ)

2.4.1. الدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي

- تشكيل الثقافة السياسية المتمثلة في مجموعة المعارف وهذا من خلال فضاءات الحوار الجماعي والدرشة
- طرح الانشغالات والهواجس المشتركة وتبادل الآراء حول موضوع ما باعتبارها منبرا حرا للتعبير عن الآراء
- إنتاج ثقافة بديلة عادة ما تكون متعارضة مع النظام السياسي خاصة في بلدان العالم الثالث
- تشكل أحد أهم مصادر المعلومات السياسية في الوقت الراهن، ما نتج عنه المجتمع الافتراضي الذي تجمع أفراده ميولات سياسية تكاد تكون متشابهة
- تقديم معلومات فورية عن الأحداث السياسية المحلية والدولية
- صناعة النضج الفكري السياسي خصوصا لدى الشباب، والذي تتم من خلاله مناقشة الأوضاع السياسية الراهنة وطنيا ودوليا
- تقوم بدور حاسم في تنظيم الحركات الاجتماعية والتظاهرات الشعبية (الربيع العربي مثلا) للإطاحة بعدد من الأنظمة
- فضاء لتحريك الشباب وتعبئته وإشراكه في الحياة السياسية
- يعمق من المنافسة السياسية عبر توفير فضاء للتضخيم غير المحدود تغذية صفحات السياسيين وأحزابهم والمتعاطفين معهم (الحمامي، بن باشا، و الجلاصي، 2023، صفحة 38)

3.4.1. استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات

تستخدم في:

- تعزيز الوعي حول التصويت
- فهم الشؤون السياسية بشكل أفضل من خلال الحصول على المعلومات
- إتاحتها منبرا للتواصل مع جماهير كبيرة من خلال الحملات الإلكترونية التي تربط المستخدمين بشكل مباشر، فقد أثبتت بعض الدراسات أن هذه المنصات ساهمت في تحسين التفاعل بين الناخبين والسياسيين بشكل كبير
- توفير الاستجابة بشكل أكثر إيجابية للمحتوى الشخصي للسياسيين من طرف الناخبين بدلا من المحتوى المهني
- تعتبر قاعدة معلومات لمعرفة الراي العام تجاه السياسات (مركز القرار للدراسات الاعلامية، 2022)
- تمثل فضاء للمداولة السياسية إذ يمكن السياسيين من العمل والإخبار والانتداب والتنظيم

4.4.1. بعض سلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في السياسة

- إمكانية بث أخبار سياسية ومعلومات خاطئة تترك الرأي العام
- التضليل السياسي من خلال بث الأفكار الهدامة التي قد تزعزع الاستقرار السياسي
- عدم وجود رابط حقيقي بين المؤسسات التقليدية المعروفة لممارسة العمل السياسي وبين شبكات التواصل الاجتماعي
- زيادة الاستقطاب السياسي إذ يميل الأفراد الى متابعة المحتوى الذي يتوافق مع آرائهم
- صعوبة التحقق من المعلومات المتداولة عبر هذه الشبكات خاصة في ظل وجود هويات مختلفة (طراد، 2015)

5.4.1. الفيسبوك كمؤثر اجتماعي في الحركات الشعبية

تم تحويل الفيسبوك إلى فضاء رئيسي للظهور الاجتماعي وفضاء للخطابة، حيث يمكن للجميع التفاعل مع الأحداث العامة والسياسية، وتشكل الشبكات الاجتماعية حلقة نقاش يجعل من الممكن ربط "الفضاء الخاص بالفضاء العام"، فالفضاءات هي فضاءات خاصة مفتوحة للجمهور.

فالإنترنيت وفيسبوك تعملان كمضخم لإمكانات الاتصال ونشر المعلومات التي تندمج في الممارسات الموجودة مسبقاً، وبصاحب التزايد في استخدام الإنترنت ارتفاع نسبة التعبير عن الرأي العام، وهكذا تصبح المعلومات نشيطة نتيجة التوافقات التي يفرضها الفضاء العام السياسي، فعندما يتشارك مستخدمو الإنترنت آراءهم بشكل جماعي يمكنهم إثارة الدعم أو الرفض لآراء معينة (الحمامي، بن باشا، و الجلاصي، 2023، صفحة 36).

يعد الفضاء العمومي الافتراضي أرضية خصبة تلقت فيها الأزمات والصعوبات في المجتمعات الإنسانية، يميزها الاتصال الافتراضي لإدارة هذا الفضاء، من خلال طرح النقاشات والأفكار والآراء، هذا الفضاء اعترته تغيرات هيكلية عميقة من حيث نشأة فاعلين جدد يفرض تراجعاً لتأثير الدولة لصالح الفاعلين العموميين، بمعنى أن الفاعلين الافتراضيين الجدد لهم أهمية في صناعة القرار حول الصالح العام، مما يتطلب وجود اهتمامات مشتركة وانسجام وتفاهم وتضافر الجهود للفاعلين لتحقيق الأهداف المرجوة (برغوث، 2024)

أصبح الفيسبوك منذ ثورة 2011 فضاء للاحتجاج الجماعي يسمح للمستخدمين بمشاركة العرائض الجماعية أو إصدار دعوات للمقاطعة أو للاحتجاج أو لمساءلة السياسيين.

فالجماعات عبر الفيسبوك هي بمثابة غرف صدى أيديولوجية تتغذى بتبادل المعلومات التي تتماشى مع توجهاتها السياسية، فبمجرد أن ينشر مستخدم معلومة يمكن لأصدقائه أو متابعيه مشاركتها بدورهم مع شبكة أصدقائهم الخاصة، وتهب هذه الخوارزميات لاستهلاك محتوى معين من خلال انغلاق أفراد في فقاعات رقمية يفكرون فيها بنفس الطريقة ولهم الآراء نفسها (الحمامي، بن باشا، و الجلاصي، 2023، صفحة 37).

ثانيا دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي

1.2. تعريف القرار السياسي

❖ تعريف القرار

- هو اختيار واع ومدرك بين عدة بدائل متاحة في موقف معين يعرفه "محمد علي العويني" بأنه اختيار لبدل من البدائل المتاحة، يخضع لتوجيه فريق العمل والمستشارين الذين يوضحون ما لكل بديل وما عليه.

- هو البث النهائي والإرادة المحددة لصانع القرار بشأن ما يجب وما لا يجب فعله للوصول إلى وضع معين ونتيجة محددة ونهائية، ويمكن النظر إلى القرار باعتباره اختبارا عقلانيا بين بدائل، وهذا الاختيار يبنى على القيمة المتوقعة لهذا البديل مقارنة بالقيم المتوقعة للبدائل الأخرى، وتحسب القيمة المتوقعة اعتمادا على المعلومات المتاحة لصانع القرار.

❖ تعريف صنع القرار

هو التصرف الذي يعني التصميم من جانب الإدارة على توجيه معين للحركة تبعا لاعتبارات شعورية بدرجة أو بأخرى، تدور حول مجموعة من البدائل (الزبيدي، 2013، صفحة 102)

عرف "ريتشارد سنايدر" صنع القرار بأنه: العملية التي ينتج منها اختيار لبدل بين مجموعة من البدائل التي تم تحديدها في إطار اجتماعي بهدف التأثير في المستقبل كما يراه صانعو القرار.

أما "ب. لوفين" فإنه يعرف القرار بأنه: "عمل مدروس قام صاحب القرار باتخاذ باتجاه، مجموعة من الأفعال لها خصوصيتها وهو أيضا عمل يؤخذ على ضوء خطة عمل حيث يمكن تصنيف عناصره الرئيسية إلى ناتج العمل، أي حصيلة المنتج (عوض، 2015، صفحة 26)

❖ تعريف القرار السياسي

يرى "السيد عليوة" أن القرار السياسي هو: توجه السلطة الحاكمة عند صنع السياسة العامة في توزيع الموارد النادرة وتخصيص الفرص المحدودة، وترتيب الأولويات المتضاربة، واتخاذ المواقف الحاسمة في السياستين الداخلية والخارجية (الزبيدي، 2013).

يصبح القرار سياسياً، إذا كان من يتخذ القرار شخصاً ذا صفة سياسية أو أن القرار قد اتخذ من قبل أحد أجهزة السلطة السياسية، أو أنه مُنصب على موضوع يتعلق بالسياسة العامة للدولة، بمعنى صدوره عن سلطة قانونية.

هو أيضاً: أي قرار تقوم السلطة السياسية الحاكمة بإصداره يوصف بأنه سياسي سواء كان داخلياً أو خارجياً، وغالباً ما يكون له تأثير شامل على مختلف المجالات في الدولة، كالمجال الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو العسكري، أو غير ذلك.

لا بد من الإشارة إلى أن للقرار السياسي مستويات عدة، لكن غالباً ما يتم اتخاذه من قبل القيادة العليا في البلاد، وهو بالتالي يحدد مصير ومسار قضايا سياسية واستراتيجية للدولة، كأن تتخذ القيادة قراراً بإجراء مؤتمر وطني عام للدولة لمناقشة قضايا جوهرية، خاصة في الدول التي تمر في المراحل الانتقالية بعد الحرب، أو قرار سياسي على مستوى رفيع بتعديل الدستور أو تغييره أو إعادة كتابته (الفتحي، 2025)

2.2. مراحل عملية صنع القرار السياسي

تمر عملية اتخاذ القرار السياسي بالمراحل التالية:

- وجود الحافز: من خلال وجود حافز في البيئة الخارجية، لهيكل اتخاذ القرار وقد يكون نتيجة تغيرات في البيئة الطبيعية.
- إدراك الحافز من طرف صانع القرار: وهي عملية ذاتية تتعلق برؤية صانع القرار لهذا الحافز، من خلال كون هذا الحافز يشكل تحدياً لأهداف صانع القرار، وقد يشكل فرصة للإسراع بتحقيق تلك الأهداف، كما أن الإدراك يتأثر بالنسق العقائدي لصانع القرار وتصوراته الذاتية عن مصدر الحافز.
- مرحلة تجميع المعلومات: الهدف من هذه العملية هو استيضاح أبعاد التهديدات أو الفرص التي خلقها هذا الحافز، وتدخل هنا وسائل الإعلام كطرف أساسي في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات.
- مرحلة تفسير المعلومات: يقصد بذلك رفض أو قبول مصداقية المعلومات وربطها ببعضها البعض، وإعطائها معنى معيناً يتعلق بهذا الموقف، وهنا يظهر دور عقائد صانع القرار الذي يقبل تلك المعلومات أو يرفضها.

- مرحلة البحث عن البدائل واتخاذ القرار: يتم فيها البحث عن البدائل المتاحة وتحديد النتائج المحتملة عن كل بديل

تساعد وسائل الإعلام في تسهيل مهمة صانع القرار في كل مراحله، ومن مزايا وسائل الإعلام هنا قدرتها على نقل المعلومات التاريخية، وقدرتها على التغلغل إلى جهاز صنع القرار، وتقديم معلومات عن البيئة الخارجية أكثر مما يمكن أن تقدمه أي قناة رسمية أخرى (الزيدي، 2013، صفحة 128)

3.2. دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي

تعد عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وقد أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على القرارات السياسية ويرجع ذلك إلى سببين هما:

■ أن وسائل الإعلام تؤثر على القرارات السياسية، ذلك لأنها قد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صنع القرار.

■ أن صانع القرار يعتقد أنها هامة، فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته .

والإعلام بوصفه القناة الرئيسية لنقل المعلومات التي من خلالها يتعرف صانع القرار السياسي على مطالب المواطنين ومواقفهم تجاه قراراته السياسية، قد يغري صانع القرار السياسي لاستخدامه في شرح وجهة نظره للمواطنين تجاه مسائل معينة أو تبرير قرارات وسياسات معينة، كما يستخدم في بعض الحالات للدعاية لسياسات وترويج قراراته من أجل تأييد الرأي العام له، بالإضافة إلى استخدامه في مخاطبة قطاعات كبيرة من المواطنين خارج إقليم الدولة (عوض، 2015، صفحة 28)

من المجالات التي تبرز دور الإعلام كصانع للقرار السياسي مايلي:

- اهتمام الحكومات بقضايا كانت بعيدة عن دائرة اهتمامها مثل: حقوق الانسان- مشاكل الأقليات- التمييز العنصري- الإرهاب...
- تحويل المجتمعات والبيئات الداخلية للدول الى مجتمعات وبيئات عالمية، ما أثر بشكل كبير على السياسات الداخلية للدول.
- تغذية عملية صنع القرار بتيار مستمر من المعلومات تمثل "المدخلات الأساسية" عن طريق توجيه الاهتمام بشكل انتقائي إلى جوانب معينة في البيئة.
- بناء أجندة المجتمع أي أولويات الاهتمامات السائدة لدى أفراد المجتمع، مع أجندة صانعي القرار

- يدعم حكم الشعب اذ ينقل مواقف الحاكم الى المحكوم، والمحكوم الى الحاكم
- توفير المعلومات القابلة للاستخدام داخل عناصر وأطراف صنع القرار، وهي بذلك تصنع بإحكام دائرة المعلومات داخل الحكومة، وتسهل مهام صانعي القرار الخاصة بجمع وتشغيل المعلومات
- وسائل الإعلام تعد مصدرا من مصادر المعلومات التي تساهم في تقديم البدائل المتعلقة بالقرارات
- نقل مواقف الجماهير إلى صانعي القرارات الأمر الذي يساعد على زيادة التفاعل بينهما (الزبيدي، 2013، صفحة 175)

4.2. تأثير وسائل الإعلام على متخذي القرار

يمكن إبرازه فيما يأتي:

- أنها تمدهم بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياساتهم، وفي كثير من الأحيان تقدمها بشكل أسرع من الطبيعي
- تجعل متخذي القرار يشعرون باهتمامات الشعب بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- الحصول على التأييد الجماهيري لبعض سياسات الحكومة
- توضيح القصد من اتخاذ القرار الذي تعتمده الحكومة القيام به لحل مشكلة عامة
- إمداد متخذي القرار بالأفكار والآراء التي يطرحها المحللون حول معالجة المشاكل، واتخاذها أحد الأسس التي يستند إليها متخذو القرار عند اتخاذ قرار معين (الزبيدي، 2013، صفحة 194)

في الختام نستنتج أن الاتصال السياسي عملية معقدة ذلك لأن نجاحها مرتبط بمدى وجود التفاعلية والتبادلية بين كل من السلطة كمرسل والشعب كمستقبل، وذلك مرتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة الأنظمة السياسية ومدى الحرية الممنوحة للاتصال والإعلام، وذلك مقترن بالوظائف المنوط به وما هو متوقع من وسائل الإعلام، وفي نفس الوقت تختلف مستويات الاتصال السياسي والقنوات التي يوظفها السياسيون بين نظام سياسي وآخر حيث تبقى العلاقة بين النظامين السياسي والاتصالي هي المحددة لكل باقي المتغيرات في العملية الاتصالية السياسية.

المراجع العربية

- محمد مهدي ملا، و محمد ابراهيم عبد الله. (2012). الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام. مجلة جامعة بابل، 20(3).
- independent عربية. (بلا تاريخ). تصدير وسائل التواصل الاجتماعي في السياسة. تم الاسترداد من عربية independent: <https://www.independentarabia.com/node/606611/%D8%A2%D8%B1%>
- أحمد بن مرسل. (1998). الاتصال وأشكاله المختلفة. حوليات جامعة الجزائر، صفحة 78.
- أحمد جبار، و العربي بوعمامة. (2017). الإذاعة الجزائرية ودورها في تعزيز مسار الثورة ورافد من روافد التنمية بعد الاستقلال. تاريخ المغرب العربي(8).
- أحمد طبابي. (2023). الإعلام والسياسة: الاعتماد المتبادل. تم الاسترداد من الجزيرة نت: <https://www.aljazeera.net/blogs/2021/6/9/%D8%A7%D9%84%D8%A5%>
- ادير معياش. (2018). دور التلفزيون في عملية التنشئة السياسية. مجلة الدراسات الافريقية(6).
- إسراء عليان شريف حمدان. (2020). الاتصال السياسي ودوره في قضايا النزاع بين دول الجوار: دراسة وصفية تحليلية من وجهة نظر الخبراء تطبيقا على مصر والسودان 2015-2019. تم الاسترداد من <https://repository.sustech.edu/bitstream/handle/123456789/25616/%D8>
- الإذاعة الوطنية. (7 افريل، 2021). محمد بغالي: الإذاعة الوطنية بمحطاتها ستلعب دورها كاملا في مواكبة التشريعات. تم الاسترداد من الإذاعة الوطنية: <https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20210407/209744.html>
- الصادق الحمامي، مروى بن باشا، و خليل الجلاصي. (2023). صناعة التضليل المعلوماتي السياسي. تونس، معهد الصحافة وعلوم الاخبار.

- العربي بوعمامة، و محمد مساهل. (2018). الاتصال السياسي في ظل الوسائط الجديدة. مجلة التراث.
- المركز الاعلامي. (21 أبريل، 2024). الانذاعة تأثير ممتد على مر العصور. تم الاسترداد من الهيئة العامة للاستعلامات:
<https://www.sis.gov.eg/Story/273051/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8>
- المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. (2017). العنف والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- المستقبل للأبحاث والدراسات. (2022). لماذا يتصارع الخصوم على تشكيل اتجاهات الرأي العام؟ تم الاسترداد من المستقبل للأبحاث والدراسات:
<https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/7298/%D8%A3%D9%88%D9%>
- الهاشمي، م. (2009). الإعلام الدبلوماسي والسياسي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- اليامين بودهان. (2017). السلطة ووسائل الاعلام في السياسة. مجلة الكلمة، 94.
- أمينة بكار، و إلهام سوراخ. (2019). الاتصال السياسي مقارنة مفاهيمية ورؤية مستحدثة. تم الاسترداد من [asjp: https://asjp.cerist.dz/en/article/83909](https://asjp.cerist.dz/en/article/83909)
- بحري، خ، (2021). مارس. (دور الصحافة المكتوبة الجزائرية في تنمية الوعي السياسي والثقافي للمجتمع الجزائري في الفترة الاستعمارية. مجلة العلوم الاجتماعية. 15،
- بودهان، ا، (2011). افريل. (الممارسة الديمقراطية والعلاقة بين الحكم الراشد والتنمية. دفاثر السياسة والقانون.
- بوزيد عويشة. (2021). السياسة: ممارسة، فن وعلم. مجلة العلوم الاجتماعية، 7 (2).
- جبار علاوي. (2015). الاتصال السياسي. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- خميس حزام والي. (2003). إشكالية الشرعية في الأنظمة السياسية العربية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

- داود جفافة، و أمينة عطاء الله. (ديسمبر , 2020). الاتصال السياسي في الشبكات الاجتماعية الرقمية. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية (12).
- دليلة فرشان. (2016). البعد السياسي في الفعل الاتصالي. مجلة بحوث.
- زكرياء بن صغير. (2020). دور الإعلام في التحول الديمقراطي نحوى مقاربة لفهم إشكالية بناء الدولة. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 12(3).
- سعد آل سعود. (2010). الاتصال والإعلام السياسي. الرياض: دار الكتاب الحديث.
- سعدي حسين هامل الشمري. (06 أكتوبر , 2022). محاضرة وظائف الاتصال السياسي. تم الاسترداد من جامعة المستقبل: <https://uomus.edu.iq/mclecdet.aspx?id=12068>
- سعيد عادل بهناس. (2022). التلفزيون والاتصال السياسي. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، 6(2).
- سليمة راجي. (2020). محاضرات الاتصال السياسي. تم الاسترداد من <https://elearning.univ-lang=fr&msila.dz/moodle/course/view.php?id=4457>
- صالح, د. س. (2022). استخدام الخوارزميات في الاتصال السياسي.. كيف يؤثر على الديمقراطية؟. Récupéré sur الجزيرة : <https://www.aljazeera.net/opinions/2022/11/30/%D8%A7%D8%B3%D8>
- صفوة العالم. (14 مارس, 2013). دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي.. مصر نموذجاً. تم الاسترداد من معهد الجزيرة للدراسات: [https://studies.aljazeera.net/ar/issues/2013/03/201331411434095725.h](https://studies.aljazeera.net/ar/issues/2013/03/201331411434095725.html)
tml
- ضمياء حسين الربيعي. (2020). الاتصال السياسي. تاريخ الاسترداد 2024، من الجامعة المستنصرية:

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/8/8_2020_12_29!10_08_38_AM.pdf

- طارق طراد. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي والتواصل السياسي للشباب الجزائري. مجلة العلوم الانسانية (4).

- طاشمة بومدين. (2020). تفاعلات وحركية النظام السياسي: دراسة من منظور التحليل البنائي الوظيفي. تم الاسترداد من SCRIBD:

<https://www.scribd.com/document/602748218/%D9%85%D8%AD%D8>

- عبد الحميد فرج، زكريا مسعودي، و حفيظة معمر. (جوان، 2022). الادوار السياسية للإذاعات المحلية في الجزائر: دراسة حالة اذاعة الجزائر من الوادي. مجلة الإعلام والمجتمع، 6(1).

- عبد العالي عبد القادر. (2008). محاضرات النظم السياسية المقارنة. (جامعة سعيدة، المحرر) تم الاسترداد من [https://cte.univ-](https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/resource/view.php?id=6825)

[setif2.dz/moodle/mod/resource/view.php?id=6825](https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/resource/view.php?id=6825)

- عبد الله أبو عوض. (2015). الإعلام وصناعة القرار السياسي: دراسة في قناة الجزيرة. طنجة، المغرب: جامعة عبد المالك السعدي.

- علي شعشوعة. (2023). الإذاعة والمشاركة السياسية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 10(4).

- علي شعشوعة، و العربي بوعمامة. (ماي، 2018). الاتصال السياسي في الإذاعة الجزائرية. مجلة الراصد العلمي (5).

- عماد بن الصادق مرزوقي. (19 جانفي، 2022). لاعلام ودمقرطة الأنظمة: دور الإعلام التلفزيوني في دعم التحول الديمقراطي. تم الاسترداد من مركز الخليج العربي للبحوث والدراسات:

<https://www.csrgulf.com/2022/01/19/%D8%AF%D9%88%D8%B1->

- عمر عبد الرحيم نصر الله. (2016). مبادئ الاتصال التربوي والانساني. تم الاسترداد من <https://mail.almerja.com/reading.php?idm=4496>

- فردوس كبدي، و باديس عبيد. (2017). دور الاذاعة في توعية المواطن بحث المشاركة السياسية. قسم الاعلام والاتصال: جامعة ورقلة.
- لامية طالة. (2022). الاتصال السياسي ووسائل الإعلام: قراءة تحليلية في جدلية العلاقة. مجلة الناقد للدراسات السياسية، 6.
- ليلي فيلاي. (2018). الضبط الاعلامي في الدول الديمقراطية: سلطة خامسة في مواجهة السلطة الرابعة. مجلة جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية، 32(2)، الصفحات 238-439.
- محمد التجاني. (2024). في مفهوم الدعاية السياسية. مجلة شؤون الوسط، صفحة 198. تم الاسترداد من <http://www.cssrd.org.lb/files/political%20propaganda.pdf>
- محمد بن سعد الفطيسي. (2023). السياسة ووسائل الإعلام والاتصال: علاقة جدلية تكاملية في البيئة السياسية. تم الاسترداد من <https://alwatan.om/details/525614>
- محمد بن سعود البشر. (1429هـ). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع.
- محمد حسين علوان. (د.س). الوظيفة السياسية للتلفزيون في عصر القنوات الفضائية. المجلة السياسية والدولية.
- محمود أحمد عبد الغني. (بلا تاريخ). دور الاتصال الشخصي في المشاركة السياسية في قرية مصرية. مجلة دراسات الطفولة.
- مختار العريشي. (2016). الاتصال السياسي والإعلام في العالم العربي: نظرة تأملية. تم الاسترداد من الشرق: <https://al-sharq.com/opinion/12/10/2016/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%>
- مركز القرار للدراسات الاعلامية. (12 جانفي، 2022). الاتصال السياسي في عصر وسائل التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من مركز القرار للدراسات الاعلامية: <https://alqarar.sa/5816>

- مريم برغوث. (2024). شبكات التواصل الاجتماعي ونشر ثقافة الحوار الشعبي في الجزائر. رسالة دكتوراه في علم الاجتماع. جامعة برج بوعريريج.
- مكارم بديع الفتحي. (أكتوبر، 2025). صنع القرار السياسي: خصوصيته وقيمه. مجلة رؤى (35). تم الاسترداد من <https://rawaamagazine.com/%D8%B5%D9%86%D8%B9->
- منذر صالح جاسم الزبيدي. (2013). دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- ناظم عبد الواحد الجاسور. (2009). موسوعة علم السياسة. القاهرة: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- نجلاء عبد الأحمد راتب محمد. (د.س). المشاركة السياسية ووسائل الاتصال الجمعي. تم الاسترداد من جامعة بنها: https://bu.edu.eg/portal/uploads/Arts/Sociology/2128/publications/Nagla%20Abd%20Elhamed%20Rateb%20Mohammed_55.pdf
- وكالة الأنباء الجزائرية. (16 ديسمبر، 2021). الإذاعة السرية كانت الذراع الإعلامية لثورة التحرير المجيدة. تم الاسترداد من وكالة الأنباء الجزائرية: <https://www.aps.dz/ar/algerie/118265-2021-12-16-14-22-18>
- ياسين علوان الطيف الجبوري. (2019). أساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية. القاهرة: دار غيذاء للنشر والتوزيع.
- يحي اليحيائي. (نوفمبر، 2013). في تجاذبات العلاقة بين الإعلام والسياسة. مجلة معهد الجزيرة للدراسات.
- يوسف بومشعل. (2019). دور الاتصال السياسي في التنشئة السياسية للشباب الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية. أطروحة دكتوراه. جامعة قسنطينة 3.

- Aelst, P. V., & others. (2017). Political communication in a high-choice media. *Annals of the International Communication Association*, 41(1).
- Borgebund, H. (2019). Political Communication and the Realities of Democracy. *Miguel Hernández communication journal*, 10(1).
- Goncalves, G. (2018). Political communication. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/327879415_Political_Communication
- Kaid, L. L., & others. (2004). *HANDBOOK OF POLITICAL COMMUNICATION RESEARCH*. LONDON: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS.
- Kolovos, I., & harris, P. (2005). *Political Marketing*. Récupéré sur university of Otago: <https://ourarchive.otago.ac.nz/bitstream/handle/10523/1463/pm-pc.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication*. NewYork: Routledge.
- sumantono. (2015, november). towards communication channels that enlighten. *communication sphere*.