الاتصال السياسي

د. محمد بن نويمي

الطبعة الأولى

الاتصال السياسي

د. محمد بن نويمي

هذا الكتاب لا يُباع، بل هو هدية من المؤلف إلى القرّاء، أينما كانوا.



الاتصال السياسي

د. محمد بن نويمي

الطبعة الأولى – 2026

الناشر: وزارة الثقافة
إدارة الإصدارات والترجمة
قسم الإصدارات

البريد الإلكتروني: rs@moc.gov.qa
هاتف رقم: 44022222
الدوحة – قطر

رقم الإيداع في دار الكتب القطرية: 2026/624
الترقيم الدولي (ردمك): 9789927173882

جميع الحقوق محفوظة للناشر
(لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب، أو أي جزء منه، أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات، أو نقله بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من الناشر)


بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

الفصل الأول: مدخل إلى الاتصال السياسي		
المبحث الأول	مفهوم الاتصال السياسي	16
المبحث الثاني	العلاقة بين الاتصال والسياسة	20
المبحث الثالث	مفاهيم متصلة بالاتصال السياسي	23
المبحث الرابع	نشأة وتطور الاتصال السياسي	30

الفصل الثاني: بنية الاتصال السياسي		
المبحث الأول	خصائص الاتصال السياسي	40
المبحث الثاني	أهمية الاتصال السياسي	45
المبحث الثالث	محددات الاتصال السياسي	48
المبحث الرابع	مكونات الاتصال السياسي	51

الفصل الثالث: النظريات المفسّرة للاتصال السياسي		
المبحث الأول	النظريات الكلاسيكية في الاتصال السياسي	58
المبحث الثاني	النظريات التفاعلية في الاتصال السياسي	66
المبحث الثالث	النظريات النقدية والخطابية في الاتصال السياسي	73
المبحث الرابع	النظريات الرقمية في الاتصال السياسي	80

الفصل الرابع: الفاعلون في الاتصال السياسي		
المبحث الأول	الفاعلون الرسميون	90
المبحث الثاني	الفاعلون غير الرسميون	98
المبحث الثالث	الفاعلون المجتمعيون	103
المبحث الرابع	الفاعلون الدوليون	107

الفصل الخامس: قنوات الاتصال السياسي		
المبحث الأول	الخطاب السياسي	114

المبحث الثاني	وسائل الإعلام التقليدية	118
المبحث الثالث	وسائل التواصل الاجتماعي	122
المبحث الرابع	المناظرات السياسية والمؤتمرات العامة	125
المبحث الخامس	الحملات الانتخابية والإعلانات السياسية	127

الفصل السادس: الرأي العام في الاتصال السياسي		
المبحث الأول	مفهوم الرأي العام	132
المبحث الثاني	تصنيفات الرأي العام	135
المبحث الثالث	وسائل تشكيل الرأي العام	139
المبحث الرابع	استطلاعات الرأي وتأثيرها السياسي	144

الفصل السابع: استراتيجيات التأثير في الاتصال السياسي		
المبحث الأول	الإقناع والتأطير	150
المبحث الثاني	التضليل والإلهاء والدعاية	153
المبحث الثالث	الثقافة والرموز السياسية	157
المبحث الرابع	الاستهداف الرقمي في الاتصال السياسي	160

الفصل الثامن: الاتصال السياسي في إدارة الأزمات		
المبحث الأول	الأزمة السياسية والإعلامية	166
المبحث الثاني	مستويات الاتصال السياسي في الأزمات	171
المبحث الثالث	الاستجابة الاتصالية في الأزمات	174
المبحث الرابع	السمعة السياسية والقيادة الاتصالية أثناء الأزمات	177

الفصل التاسع: الاتصال السياسي في العلاقات الدولية		
المبحث الأول	ماهية الاتصال في العلاقات الدولية	184
المبحث الثاني	أدوات الاتصال في السياسة الخارجية	188
المبحث الثالث	الحملات السياسية العابرة للحدود	192
المبحث الرابع	الدبلوماسية الرقمية والاتصال الاستراتيجي	196

الفصل العاشر: قضايا معاصرة في الاتصال السياسي		
المبحث الأول	أخلاقيات الاتصال السياسي	202
المبحث الثاني	خطاب الكراهية والتضليل في الاتصال السياسي	205
المبحث الثالث	الشفافية والمساءلة والنزاهة في الاتصال السياسي	209
المبحث الرابع	العدالة المعلوماتية والوصول للمعلومة	213

قائمة المصادر والمراجع	219

المقدمة

يشكّل الاتصال السياسي أحد أبرز الحقول المعرفية التي شهدت تطورًا ملحوظًا في الدراسات الإعلامية والسياسية المعاصرة، نظرًا لدوره المحوري في تفسير طبيعة العلاقة بين السلطة والمجتمع، وفي فهم الكيفية التي تتشكّل بها المواقف السياسية والاتجاهات العامة داخل المجال العام. فلم يعد الاتصال السياسي مجرد عملية لنقل المعلومات أو تبادل الرسائل، بل أصبح عنصرًا بنيويًا في العملية السياسية، وأداة استراتيجية تُستخدم في صياغة الخطاب السياسي، وتوجيه الرأي العام، وبناء الشرعية، وإدارة التفاعلات بين مختلف الفاعلين السياسيين والاجتماعيين.

وقد أسهمت التحولات الكبرى التي يشهدها العالم المعاصر، ولا سيما التطور التكنولوجي المتسارع واتساع فضاءات الإعلام الرقمي، في إعادة تشكيل أنماط الاتصال السياسي وأدواته وآلياته. فمع انتشار وسائل الإعلام الحديثة ومنصّات التواصل الاجتماعي، اتسعت دائرة الفاعلين في المجال الاتصالي، ولم يعد الاتصال السياسي مقتصرًا على الحكومات أو النخب السياسية، بل أصبح مجالاً مفتوحًا تتداخل فيه أدوار المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني والجماعات السياسية والجمهور العام، إضافة إلى الفاعلين الدوليين الذين يمارسون تأثيرًا متزايدًا في المجال الاتصالي العابر للحدود.

وفي ظل هذا التعقيد المتزايد، برزت الحاجة إلى فهم علمي منهجي للاتصال السياسي من حيث مفاهيمه الأساسية، وبنيته، ونظرياته المفسّرة، وأدواته العملية، فضلاً عن استيعاب تأثيراته في تشكيل

الرأي العام وصناعة القرار السياسي. وانطلاقًا من هذه الحاجة، يأتي هذا الكتاب ليقدّم معالجة علمية شاملة للاتصال السياسي بوصفه حقلاً معرفيًا متعدد الأبعاد يجمع بين الإعلام والعلوم السياسية وعلم الاجتماع، ويعكس التداخل المتنامي بين هذه المجالات في دراسة الظواهر السياسية المعاصرة.

ويتوزع هذا الكتاب على مجموعة من الفصول المترابطة التي تسعى إلى بناء فهم متكامل لهذا الحقل المعرفي. إذ يبدأ الفصل الأول بتقديم مدخل مفاهيمي إلى الاتصال السياسي من خلال تعريفه، وبيان العلاقة بين الاتصال والسياسة، واستعراض أبرز المفاهيم المرتبطة به، إلى جانب تتبع نشأته وتطوره التاريخي. وينتقل الفصل الثاني إلى دراسة بنية الاتصال السياسي من خلال تحليل خصائصه وأهميته ومحدداته ومكوناته الأساسية.

أما الفصل الثالث فيعرض أبرز النظريات التي فسّرت الاتصال السياسي، بدءًا من النظريات الكلاسيكية، مرورًا بالمقاربات التفاعلية والنقدية، وصولاً إلى النظريات المرتبطة بالبيئة الرقمية المعاصرة. ويأتي الفصل الرابع ليتناول الفاعلين الرئيسيين في عملية الاتصال السياسي، سواء كانوا فاعلين رسميين أو غير رسميين أو مجتمعيين أو دوليين، ودور كل منهم في تشكيل الرسائل السياسية وتوجيهها.

ويتناول الفصل الخامس قنوات الاتصال السياسي المختلفة، مثل الخطاب السياسي ووسائل الإعلام التقليدية ومنصّات التواصل الاجتماعي والمناظرات العامة والحملات الانتخابية. بينما يركّز الفصل السادس على الرأي العام، من حيث مفهومه وأنواعه ووسائل تشكيله وتأثير استطلاعات الرأي في العملية السياسية.

وفي إطار دراسة آليات التأثير، يناقش الفصل السابع استراتيجيات

الاتصال السياسي، بما في ذلك الإقناع والتأطير والدعاية والتضليل والرموز السياسية والاستهداف الرقمي للجمهور. ويعالج الفصل الثامن دور الاتصال السياسي في إدارة الأزمات السياسية والإعلامية، ومستويات الاستجابة الاتصالية، وأهمية السمعة السياسية والقيادة الاتصالية في الظروف الحرجة.

كما يتناول الفصل التاسع الاتصال السياسي في سياق العلاقات الدولية، من خلال دراسة أدوات الاتصال في السياسة الخارجية، والحملات السياسية العابرة للحدود، والدبلوماسية الرقمية والاتصال الاستراتيجي. ويختتم الكتاب بالفصل العاشر الذي يناقش مجموعة من القضايا المعاصرة المرتبطة بالاتصال السياسي، مثل أخلاقيات الاتصال، وخطاب الكراهية والتضليل الإعلامي، وقضايا الشفافية والمساءلة، والعدالة المعلوماتية وإتاحة الوصول إلى المعلومات.

وبذلك يسعى هذا الكتاب إلى تقديم رؤية علمية منهجية تساعد الباحثين والطلاب والمهتمين بالشأن السياسي والإعلامي على فهم طبيعة الاتصال السياسي وتحولاته المعاصرة، وتحليل آلياته وأدواته وتأثيراته في تشكيل الوعي العام وصناعة القرار داخل المجتمعات الحديثة. كما يهدف إلى تزويد القارئ بإطار تحليلي يمكّنه من قراءة الخطاب السياسي وفهم حركة انتشاره وتأثيره في بيئة اتصالية تتسم بتزايد التعقيد والتشابك في عصر الإعلام الرقمي.

المؤلف

محمد بن نويمي

الفصل الأول

مدخل إلى الاتصال السياسي



يمثل الاتصال السياسي مدخلاً رئيسيًا لفهم طبيعة التفاعل بين السلطة والمجتمع، إذ لا يمكن تصور السياسة بمعزل عن آليات التواصل التي تُدار من خلالها المواقف، وتُصاغ بها القرارات، ويُبنى عبرها الرأي العام. غير أن هذا المفهوم، رغم حضوره المتجذر في الممارسة، لم يحظَ بتبلوره العلمي إلا حديثًا مع تطور الدراسات السياسية والإعلامية. ومن هنا، يهدف هذا الفصل إلى وضع الأساس المفاهيمي والتاريخي للاتصال السياسي من خلال أربعة مباحث رئيسة: يتناول الأول مفهوم الاتصال السياسي، بينما يعرض المبحث الثاني العلاقة الجدلية بين الاتصال والسياسة، ويخصص الثالث لتمييز الاتصال السياسي عن المفاهيم القريبة منه، في حين تتبع المبحث الرابع مسار نشأته وتطوره عبر العصور.

المبحث الأول: مفهوم الاتصال السياسي

يُعد الاتصال ركيزة أساسية في الحياة السياسية، إذ لا يمكن تصور وجود سلوك سياسي بمعزل عن عملية تواصلية، تنقل الأفكار والبرامج والقرارات من صانعيها إلى الجمهور. فالمؤسسات السياسية لا تؤدي أدوارها إلا من خلال ما تبنيه من جسور تواصل مع المجتمع، سواء عبر القنوات الرسمية أو عبر وسائل الإعلام المختلفة. كما أن العلاقة بين الحاكم والمحكوم، والمعارضة والسلطة، والنخب والجمهور، تُدار في جوهرها بوسائط اتصالية تتيح تبادل الرسائل والخطابات وتشكيل الرأي العام.

ومع تطور المجتمعات الحديثة واتساع الفضاء العمومي، تزايدت الحاجة إلى الاتصال السياسي ليواكب تعقّد البنى الاجتماعية والسياسية. فالتعددية السياسية، وارتفاع سقف الحريات، وظهور الإعلام الجماهيري ثم الرقمي، كلها عوامل جعلت من الاتصال السياسي مكونًا جوهريًا في الممارسة السياسية. ولم يعد الاتصال بذلك مجرد نشاط مكمّل للسياسة، بل أصبح شرطًا لبقائها وفاعليتها، حيث يعتمد السياسيون على أدواته لنشر الأخبار، وصناعة الشرعية، وكسب التأييد الشعبي.

أولاً: تعريف الاتصال السياسي

حظي الاتصال السياسي باهتمام واسع في الأدبيات المختلفة منذ منتصف القرن العشرين، حيث ارتبط ظهوره بتطور علوم الاتصال والعلوم السياسية معًا. فقد عرّفه هارولد لاسويل باعتباره عملية تركّز على من يقول ماذا، ولمن، وبأي وسيلة، وبأي أثر، وهو من أوائل من أدخل التحليل الاتصالي إلى دراسة السياسة[1]. بينما ركّز كارل دويتش على البعد السيبراني للاتصال السياسي، ورآه بمثابة نظام للتغذية الراجعة يساعد صانعي القرار على ضبط السياسات[2]. أما برايان مكنير فوسّع التعريف بوصفه الاتصال السياسي كل أشكال التواصل ذات المضمون السياسي التي تحدث بين الفاعلين السياسيين، ووسائل الإعلام، والجمهور[3]. هذه التعريفات المختلفة تكشف تنوع زوايا النظر إلى المفهوم بين كونه عملية تقنية، أو أداة للسلطة، أو فضاءً للتفاعل الاجتماعي. وعليه، يُبين الجدول التالي أبرز التعريفات التي قدّمها هؤلاء المنظرون بشكل مبسط لمفهوم الاتصال السياسي

هارولد لاسويل	الاتصال السياسي هو عملية تركز على من يقول ماذا، ولمن، وبأي وسيلة، وبأي أثر
كارل دويتش	الاتصال السياسي هو نظام للتغذية الراجعة يساعد النظام السياسي على التكيف وصنع القرار
برايان مكناير	الاتصال السياسي هو كل أشكال الاتصال ذات المضمون السياسي بين السياسيين والجمهور

يظهر من خلال الجدول السابق أن تلك الأدبيات اختلفت في مقاربتها للاتصال السياسي تبعًا لتطور الحقول العلمية. فلاسويل ركّز على البنية الاتصالية الشكلية، في حين نقل دويتش المفهوم إلى مستوى أكثر تعقيدًا باعتماده على نظام التغذية الراجعة، أما مكناير فقد عكس التأثير المتنامي للإعلام والرأي العام على العملية السياسية. ورغم هذا التباين، إلا أن هذه المقاربات تتقاطع عند نقطة مركزية هي:

اعتبار الاتصال السياسي عملية أساسية لتنظيم العلاقة بين الفاعلين السياسيين والجمهور، وتوجيه السلوك السياسي بما يخدم استقرار النظام أو تغييره.

ثانيًا: أبعاد الاتصال السياسي

لا يقتصر الاتصال السياسي على كونه عملية واحدة ثابتة، بل يتخذ أبعادًا متعددة بحسب الغاية والفضاء الذي يتحرك فيه. فقد يكون اتصالاً حكوميًا يهدف إلى شرح السياسات العامة وتبرير القرارات، أو انتخابيًا يركز على إقناع الناخبين وكسب أصواتهم، أو مجتمعيًا يعكس التفاعل بين القوى السياسية والجمهور، أو دوليًا يتمثل في الدبلوماسية والاتصال العابر للحدود. فهذا التعدد يعكس طبيعة الاتصال السياسي بوصفه نشاطًا مركّبًا ومتنوعًا، لا ينحصر في دائرة ضيقة، بل يتوزع عبر مستويات السلطة، والمجتمع، والدولة، والعالم. وعليه، يبين الجدول التالي الأبعاد الأساسية للاتصال السياسي، مرفقة بأمثلة توضّح كيفية تجسيد كل بعد في الممارسة العملية.

الاتصال الحكومي	تواصل المؤسسات الرسمية مع المواطنين لتوضيح السياسات وبناء الثقة
الاتصال الانتخابي	تواصل المرشحين مع الناخبين للتأثير في اختياراتهم
الاتصال المجتمعي	تفاعل الفاعلين غير الرسميين (قوى، جمعيات، نخب) مع الجمهور
الاتصال الدولي	تواصل الدولة مع الفاعلين الخارجيين لبناء صورتها وتعزيز مصالحها

تُظهر الأبعاد الواردة في الجدول تعدد مستويات الاتصال السياسي بين الداخلي والخارجي، وبين الرسمي وغير الرسمي، بما يعكس اتساع دائرة الفاعلين المشاركين فيه. كما يشير الانتقال من الأبعاد المحلية إلى الدولية إلى تطور وظائف الاتصال السياسي في سياق العولمة والتحول الرقمي. ويُبرز ذلك أن فهم الاتصال السياسي يستلزم النظر إلى هذه المستويات في إطار مترابط، لأن كلًّا منها يسهم في تشكيل المشهد الاتصالي والسياسي العام.

وبعد استعراض التعريفات المتعددة للاتصال السياسي في الأدبيات السابقة، وتحديد أبعاده المفهومية، يصبح من الضروري اعتماد تعريف يُشكّل أساسًا تحليليًا لهذا الكتاب. ويهدف هذا التعريف إلى توفير أداة منهجية تساعد على دراسة الاتصال السياسي في سياقاته التطبيقية المختلفة.

وانطلاقًا من ذلك، يمكن تعريف الاتصال السياسي - وفقًا لتصور المؤلف - بأنه عملية تفاعلية منظَّمة تتم بين الفاعلين السياسيين والجمهور العام، عبر قنوات اتصال متعددة، بقصد التأثير في المواقف والاتجاهات داخل بيئة اجتماعية وسياسية محددة. ويسلط الجدول التالي الضوء على العناصر الرئيسة التي يقوم عليها هذا التعريف، مع بيان الوظيفة الأساسية لكل عنصر:

الفاعلون	السياسيون (حكومات، قوى سياسية، برلمانيون، مرشحون)
الرسالة	الخطاب السياسي بمضامينه المختلفة (برامج، مواقف، سياسات، خطب، حملات)
الجمهور	الأفراد والجماعات المستهدفة (الناخبون، المواطنون، الرأي العام الدولي)
القنوات	وسائل الإعلام التقليدية، المنصات الرقمية، الاتصال المباشر
الهدف	التأثير، الإقناع، كسب الشرعية، توجيه السلوك السياسي
البيئة	الإطار السياسي الذي يحدد شكل العملية الاتصالية ومسارها

يُظهر التعريف أن الاتصال السياسي ليس مجرد تبادل للمعلومات، بل هو نشاط استراتيجي يهدف إلى التأثير وتوجيه المواقف داخل إطار اجتماعي وسياسي محدد. ويجمع هذا التعريف بين مقاربة الاتصال (المرسل - الرسالة - القناة - المتلقي) والمقاربة السياسية (السلطة - الشرعية - التأثير). كما يبرز الدور المركزي للسياق في تحديد فعالية الاتصال السياسي وحدود نتائجه، وهو ما يجعل هذا المفهوم متغيّرًا بتغيّر الوسائل والبيئات والتحديات. ويمثّل هذا التعريف الأساس الذي يستند إليه هذا الكتاب في تحليل العلاقة بين الاتصال والسياسة، وفهم آليات عمل الفاعلين وقنوات التأثير في المراحل اللاحقة.

المبحث الثاني: العلاقة بين الاتصال والسياسة

تُعتبر السياسة في جوهرها عملية تواصلية، إذ لا يمكن ممارستها من دون تبادل الرسائل والخطابات بين مختلف الفاعلين. فالقرارات، والقوانين، والبرامج، وحتى الصراعات السياسية، لا تكتسب معناها ولا فعاليتها إلا حينما تُصاغ في شكل رسائل موجهة إلى الجمهور أو إلى أطراف أخرى داخل النسق السياسي. وفي هذا الإطار، يصبح الاتصال الأداة الجوهرية التي تُمارس من خلالها السياسة، ليس فقط بوصفه وسيلة لنقل المعلومات، بل كآلية لصناعة الشرعية، وإدارة الصراع، وتوجيه الرأي العام. فالعلاقة بين الاتصال والسياسة إذن علاقة عضوية لا انفصام فيها، تجعل من دراسة أحدهما مدخلاً لفهم الآخر.

أولاً: السياسة كعملية تواصلية

لا تقوم السياسة على العنف أو الظلم وحدهما، بل تعتمد بدرجة أساسية على الخطاب والإقناع والتأثير. فالفاعل السياسي يسعى إلى كسب الشرعية والتأييد عبر إقناع الجمهور بخطابه وبرامجه ومواقفه، وليس بمجرد فرضها قسرًا. ويُعد الخطاب السياسي أحد أبرز الأدوات التي تُمارَس من خلالها السياسة، سواء كان ذلك في شكل بيانات رسمية، أو مناظرات علنية، أو حملات انتخابية. ومن ثم فإن دراسة السياسة من منظور تواصلي تكشف أنها فضاء لتبادل الرموز والمعاني أكثر من كونها مجرد إدارة للموارد أو توزيع للسلطة.

ولا تكتسب القرارات السياسية قيمتها بمجرد صدورها، بل تتوقف فعاليتها على قدرتها على الوصول إلى الجمهور وإقناعه بمشروعيتها. فالسياسات العامة مثل الإصلاحات الاقتصادية أو التوجهات الحكومية الأخرى، تحتاج إلى خطاب يشرح مبرراتها، ويقدمها في صورة إيجابية للرأي العام. ومن دون هذا التواصل، قد تواجه القرارات الرفض أو المقاومة، حتى وإن كانت ضرورية أو عقلانية. لذلك، يشكل الاتصال السياسي شرطًا أساسًا لتحويل القرار من نص قانوني أو إداري إلى فعل

اجتماعي مقبول وفاعل. وهنا، يُبرز الجدول التالي العلاقة بين أنواع القرارات وأهدافها السياسية:

القرارات الاقتصادية	إقناع الجمهور بجدوى الإصلاح
القرارات الأمنية	الحفاظ على شرعية الدولة وضبط النظام العام
القرارات الدبلوماسية	تبرير السياسات الخارجية وشرح خلفياتها
القرارات الاجتماعية	كسب الدعم الشعبي وتوضيح آثار القرار على المجتمع
القرارات التعليمية	شرح أهداف الإصلاح التربوي ومبرراته
القرارات الصحية	توعية الجمهور وتحقيق الامتثال للتعليمات الصحية

وتتجلى الطبيعة التواصلية للسياسة في ممارسات يومية وواقعية، أبرزها الخطابات الرسمية التي يوجهها القادة إلى شعوبهم لتفسير القرارات الكبرى أو مواجهة الأزمات. كما تشكل النقاشات البرلمانية فضاءً مؤسسيًا للحوار والإقناع وتبادل الحجج بين ممثلي الشعب. أما الحملات الانتخابية، فهي الصورة الأوضح للسياسة كاتصال مباشر، حيث يسعى المرشحون إلى كسب ثقة الناخبين عبر رسائل إعلامية وخطابية وشخصية. فهذه الأمثلة لا تُظهر فقط كيف يُمارس الاتصال في السياسة، بل توضح أيضًا أن السياسة لا يمكن أن توجد خارج فضاء التواصل.

ثانيًا: الاتصال كأداة في ممارسة السلطة

يمثّل الاتصال السياسي أداة محورية في ممارسة السلطة، سواء لدى الحكومات أو المعارضة. فالحكومات توظّف قنوات الاتصال لشرح سياساتها وكسب التأييد لها، بينما تستخدم المعارضة الرسائل الاتصالية لحشد الدعم والضغط على صانعي القرار. ومن خلال هذا التفاعل تتحول الساحة السياسية إلى مجال للصراع الرمزي، حيث تتنافس الأطراف على صياغة السرديات المؤثرة في الرأي العام. كما يسهم الاتصال في تحويل القوة المادية إلى سلطة معنوية، إذ لا تكفي الإجراءات القانونية أو

القوة الصلبة ما لم تُرفق بخطاب يفسّر القرارات ويمنحها القبول الشعبي.

وبفعل اختلاف مصالح الفاعلين السياسيين، يصبح الاتصال أداة لإدارة التوترات وتخفيف حدّة الصراع. فهو يتيح تبادل الرسائل والتفاوض وتفسير المواقف، سواء داخل المجتمع السياسي أو بين الدول. ومن دون قناة اتصالية فعّالة، قد تتصاعد الخلافات إلى مواجهات يصعب ضبطها. لذلك، تبرز أهمية الاتصال أيضًا في اللحظات الحساسة، كالاحتجاجات والأزمات، حيث تستخدم الحكومات حملات تواصل ممنهجة لإدارة الموقف، بينما تعتمد القوى السياسية الأخرى على الرسائل المضادة لطرح مطالبها أو تعديل موازين القوى. وهكذا يتضح أن الاتصال ليس عنصرًا تابعًا للسلطة، بل أداة رئيسة من أدوات ممارستها وإدارة تفاعلاتها.

ثالثًا: التفاعل بين الاتصال والسياسة

بناء على ما سبق، فالسياسة ليست إطارًا محايدًا بالنسبة للاتصال، بل هي التي تحدد حدوده وآليات عمله. ففي الأنظمة الديمقراطية، تسمح التعددية السياسية وحرية الإعلام بقدر أكبر من الانفتاح والتنوع في الرسائل، بينما تميل الأنظمة السلطوية إلى توجيه الاتصال والتحكم في تدفق المعلومات لضبط المجال العام[4]. كما تشكّل القوانين المنظمة للإعلام والسياسات الاتصالية للدولة بنية تُرسي قواعد الخطاب في المجال العمومي.

وفي المقابل، يؤثر الاتصال بعمق في العملية السياسية ذاتها؛ فالاتصال الجماهيري عبر الإعلام والمنصات الرقمية يساهم في تعبئة الرأي العام، وقد يدفع الفاعلين السياسيين إلى تعديل قراراتهم أو إعادة ترتيب أولوياتهم. كما يمكن للخطاب العام أن يغيّر موازين القوى من خلال رفع مطالب معينة أو إضعاف الشرعية السياسية لجهات أخرى. وبذلك يتخذ التفاعل بين السياسة والاتصال طابعًا تبادليًا: فبينما تضع السياسة الإطار المنظم للاتصال، يساهم الاتصال في إعادة تشكيل المشهد السياسي ومساراته وتوازناته.

رابعًا: نتائج العلاقة بين الاتصال والسياسة

ينتج عن التداخل بين الاتصال والسياسة مجموعة من الآثار التي تنعكس على طبيعة الخطاب العام، وعلى شرعية النظام السياسي، وعلى تشكيل الرأي العام. فالخطاب السياسي لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يُبنى وفق استراتيجيات اتصالية تستهدف التأثير في الجمهور وإقناعه بجدوى السياسات أو البرامج المطروحة. ويؤدي هذا الخطاب دورًا رئيسًا في تكوين الرأي العام، إذ يستقي الجمهور مواقفه من الرسائل التي تبثها المؤسسات السياسية والإعلامية.

كما تُعدّ الشرعية أحد أبرز مخرجات هذا التفاعل؛ إذ تعتمد الأنظمة السياسية – بمختلف أشكالها – على الاتصال لترسيخ القبول الشعبي. ففي الأنظمة الديمقراطية، يتجسد ذلك عبر النقاشات العامة المفتوحة، بينما تلجأ الأنظمة السلطوية إلى الدعاية وإعادة إنتاج الرسائل الموجَّهة لتعزيز الهيمنة[5]. وإلى جانب ذلك، يعكس الاتصال طبيعة النظام السياسي نفسه؛ فإذا كان التواصل مفتوحًا وتعدديًا دلّ على فضاء ديمقراطي، وإذا كان موجّهًا ومحتكرًا كشف عن ممارسات سلطوية.

وعليه، يتضح أن العلاقة بين الاتصال والسياسة علاقة تكاملية: فالاتصال لا يكتسب معناه إلا داخل سياق سياسي، والسياسة لا تُمارَس بفاعلية من دون أدوات اتصال تنقلها إلى الجمهور وتحدد أثرها. وتُشكّل هذه النتائج مدخلاً مهمًا لفهم المفاهيم اللاحقة المرتبطة بالاتصال السياسي وامتداداته في المجال العام.

المبحث الثالث: مفاهيم متصلة بالاتصال السياسي

تتعدد المفاهيم التي تتداخل مع الاتصال السياسي في الأدبيات الأكاديمية، الأمر الذي قد يثير التباسًا لدى الباحثين والدارسين. فهناك مفاهيم مثل الدعاية، والعلاقات العامة، والاتصال الحكومي، والاتصال الاستراتيجي، تتداخل معه في الوظائف والوسائل، لكنها تختلف في نطاقها وغاياتها. كما برزت مفاهيم أخرى معاصرة مثل الإعلام السياسي، والتسويق السياسي، والتعبئة السياسية، والتضليل

الإعلامي، والاتصال الانتخابي، وهي بدورها تقترب من الاتصال السياسي وتُستخدم داخله كأدوات أو وظائف أو صور فرعية. فإدراج هذه المفاهيم في هذا المبحث يهدف إلى توضيح العلاقة بينها وبين الاتصال السياسي، وتحديد الحدود الفاصلة بينها، بما يسمح بفهم الاتصال السياسي كإطار شامل جامع، مع تجنّب الخلط النظري والمنهجي الذي قد يضعف الدراسة العلمية.

أولاً: الاتصال السياسي والدعاية

تُعتبر الدعاية من أقدم أشكال التواصل السياسي وأكثرها إثارة للجدل. وهي عملية تواصلية أحادية الاتجاه تهدف إلى التأثير في الأفراد والجماعات عبر نشر رسائل مُختارة بعناية، وغالبًا ما تُبالغ في بعض الحقائق أو تُخفي أخرى [6]. وتتميز الدعاية بطابعها التوجيهي، إذ تسعى إلى فرض اتجاهات وأفكار محددة بدلاً من فتح مجال للنقاش أو الحوار. وقد ارتبطت الدعاية تاريخيًا بالأنظمة الشمولية والحروب، حيث استُخدمت كأداة لتعبئة الجماهير وتبرير السياسات، لكنها لا تقتصر على تلك السياقات فقط، بل قد توجد أيضًا في الديمقراطيات بصيغ أكثر نعومة تحت مسمى «إدارة الصورة» أو «الاتصال المقنّع».

ورغم أن الاتصال السياسي والدعاية يشتركان في السعي للتأثير في الجمهور، فإنهما يختلفان في الجوهر. فالاتصال السياسي عملية متعددة الاتجاهات، تسمح بوجود تفاعل متبادل بين المرسِل والمتلقي، بينما تظل الدعاية أحادية الاتجاه تستهدف السيطرة على عقول المتلقين دون منحهم فرصة للمناقشة. كما أن الاتصال السياسي يُمارس في فضاء أوسع يشمل الحكومة، المعارضة، المجتمع المدني، والإعلام، بينما غالبًا ما تُمارس الدعاية من طرف واحد يسعى لفرض رؤيته. وبذلك يمكن القول إن الدعاية تمثل شكلاً ضيقًا ومتشدّدًا من أشكال الاتصال السياسي. وفيما يلي يكشف الجدول التالي أوجه التشابه والاختلاف بين الاتصال السياسي والدعاية:

الاتصال السياسي	الدعاية
تواصل متعدد الاتجاهات	تواصل أحادي الاتجاه
يهدف إلى التأثير والإقناع وصناعة الشرعية	يهدف إلى السيطرة الفكرية والتوجيه
يقوم غالبًا على قدر من الانفتاح	يعتمد على التضليل والإخفاء

ويبين الجدول أن الدعاية، رغم قربها من الاتصال السياسي، لا تمثل إلا جزءًا محدودًا منه، يقوم على التلاعب والتوجيه الأحادي. في حين يتميز الاتصال السياسي بمرونته واتساعه، حيث يمكن أن يجمع بين التواصل الإقناعي المفتوح والتواصل السلطوي المغلق بحسب السياق السياسي. وهذا يعني أن الدعاية تُعتبر حالة خاصة داخل الاتصال السياسي، لكنها لا تختزله ولا تعبر عن مجمل وظائفه.

ثانيًا: الاتصال السياسي والعلاقات العامة

العلاقات العامة هي نشاط اتصالي منظم يهدف إلى بناء صورة إيجابية لمؤسسة أو شخصية عامة لدى جمهور محدد. وتقوم على مبدأ التواصل المستمر مع الفئات المستهدفة من أجل تعزيز الثقة، وتوضيح المواقف، والرد على التساؤلات أو الانتقادات[7]. وتمتد وظائف العلاقات العامة من صياغة البيانات الصحفية وتنظيم الفعاليات، إلى إدارة الأزمات وصناعة السمعة. وهي بطبيعتها وظيفة (إدارية – اتصالية) تركز على تحسين صورة المؤسسة أكثر من تركيزها على التأثير في السلوك السياسي أو صياغة الشرعية العامة.

ورغم وجود تشابه كبير بين الاتصال السياسي والعلاقات العامة من حيث الأدوات المستعملة (المؤتمرات، الحملات، إدارة الأزمات)، إلا أن الفروق واضحة. فالهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحسين صورة جهة معينة (مؤسسات، أفراد)، بينما يركز الاتصال السياسي على إدارة العلاقة بين السلطة والمجتمع وصناعة الشرعية السياسية. كما أن العلاقات العامة غالبًا ما تكون تقنية وإدارية، في حين أن الاتصال

السياسي ذو طبيعة شمولية واستراتيجية تتعلق بتوجيه الرأي العام والتأثير في مسار العملية السياسية برمتها. وعليه، يُظهر الجدول التالي أوجه التشابه والاختلاف بين الاتصال السياسي والعلاقات العامة:

الاتصال السياسي	العلاقات العامة
يهدف إلى التأثير في الرأي العام وصناعة الشرعية	يهدف إلى تحسين الصورة وبناء السمعة
نطاقه (دولة، حكومة، معارضة، مجتمع سياسي)	نطاقه مؤسسة محددة (مؤسسة، شركة، شخصية عامة)
جمهوره واسع (حكومة، معارضه، مرشحون، برلمانيون)	جمهور محدد (عملاء، مستخدمون، شركاء، مجتمع محلي)
أدواته (حملات سياسية، خطب، مناظرات، منشورات)	أدواته (بيانات صحفية، فعاليات، إدارة أزمات، حملات إعلامية)

فالعلاقات العامة، رغم أهميتها، لا تمثل سوى أداة ضمن أدوات الاتصال السياسي، تُستخدم لتحقيق هدف جزئي هو تحسين الصورة. أما الاتصال السياسي، فيتجاوز ذلك ليؤثر في عملية صنع القرار، ويحدد شكل العلاقة بين الدولة والمجتمع. وبذلك، فإن العلاقات العامة يمكن أن تكون جزءًا من الاتصال السياسي، لكنها لا تختزل المفهوم ولا تعبر عن جوهره.

ثالثًا: الاتصال السياسي والاتصال الحكومي

الاتصال الحكومي هو عملية تواصل منظم تقوم بها المؤسسات الرسمية، وخاصة السلطة التنفيذية، بهدف شرح السياسات العامة، وتقديم المعلومات للمواطنين، وبناء الثقة بين الدولة والمجتمع[8]. ويأخذ هذا الاتصال أشكالاً متعددة مثل البيانات الرسمية، المؤتمرات الصحفية، الحملات التوعوية، والمبادرات الرقمية. وغالبًا ما يركز الاتصال الحكومي على البعد الإداري والتقني لنقل المعلومات حول القرارات والسياسات، في حين أنه يتأثر بالسياق السياسي الذي يعمل فيه، سواء كان ديمقراطيًا أو سلطويًا.

ورغم أن الاتصال الحكومي يُعد جزءًا من الاتصال السياسي، إلا أن هناك فروقًا مهمة بينهما. فالاتصال الحكومي ذو طابع رسمي ومؤسسي، يقتصر على أجهزة الدولة والسلطة التنفيذية، بينما يشمل الاتصال السياسي جميع الفاعلين السياسيين (حكومة، معارضة، أحزاب، إعلام، مجتمع مدني). كما أن الاتصال الحكومي يُعنى أكثر بإدارة السياسات اليومية، بينما يركز الاتصال السياسي على إدارة العلاقة الأوسع بين السلطة والمجتمع وصناعة الشرعية. ولعل الجدول التالي يُجمل أوجه التشابه والاختلاف بين الاتصال السياسي والاتصال الحكومي:

الاتصال السياسي	الاتصال الحكومي
الفاعلون (حكومات، معارضة، قوى، إعلام، مجتمع مدني)	الفاعلون (مؤسسات الدولة الرسمية – خاصة الحكومة)
يهدف إلى التأثير في الرأي العام وصناعة الشرعية	يهدف إلى شرح السياسات وتعزيز الثقة
طابعه استراتيجي شامل	طابعه وظيفي مؤسسي

ويُعتبر الاتصال الحكومي صورة محددة من صور الاتصال السياسي، إذ يركز على التواصل الرسمي بين الدولة والمواطنين، لكنه يظل محدودًا من حيث النطاق والفاعلين مقارنة بالاتصال السياسي، الذي يشمل أيضًا المعارضة، الإعلام، والمجتمع المدني. ومن هنا، فإن الاتصال السياسي يوفر الإطار الجامع الذي يحتضن الاتصال الحكومي كوظيفة فرعية.

رابعًا: الاتصال السياسي والاتصال الاستراتيجي

يُنظر إلى الاتصال الاستراتيجي باعتباره إطارًا اتصاليًا واسعًا يهدف إلى توجيه السلوك العام من خلال تخطيط طويل المدى، حيث تُصاغ الرسائل بعناية لتخدم أهدافًا محددة وتستعمل قنوات مختارة للوصول إلى جمهور مستهدف. ويقوم هذا النوع من الاتصال على منطق الفعل الموجَّه[9]، الذي يُسخّر أدوات التواصل لتحقيق غايات استراتيجية قد تكون سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. ويكتسب الاتصال

الاستراتيجي أهميته في المجال السياسي، خصوصًا خلال الحملات الانتخابية، وإدارة الأزمات، وصياغة السياسات العامة، حيث يصبح التخطيط المسبق عنصرًا حاسمًا في تحقيق التأثير المطلوب.

ورغم أن الاتصال الاستراتيجي يتقاطع مع الاتصال السياسي في الغاية الأساسية المتمثلة في التأثير في الجمهور، فإن حدود كل منهما تختلف بوضوح. فالاستراتيجي يمثل أحد الأساليب التي قد يتخذها الاتصال السياسي عندما تتطلب الظروف توجيهًا مدروسًا طويل المدى، بينما يظل الاتصال السياسي إطارًا أشمل يشمل التواصل المخطط والتلقائي على حدّ سواء، ويمتد ليغطي مختلف الفاعلين والمستويات داخل الحقل السياسي. وهنا، يوضح الجدول التالي أبرز أوجه التشابه والاختلاف بين المجالين:

الاتصال السياسي	الاتصال الاستراتيجي
يُمارَس في مختلف أشكال التواصل السياسي	يقتصر على تواصل مُخطط ومحدّد الهدف
يهدف إلى التأثير والإقناع وصناعة الشرعية	يهدف إلى التأثير الموجّه طويل المدى
قد يكون طابعه تلقائيًا أو مُخططًا	طابعه دائمًا مُخططًا ومنظمًا

الاتصال الاستراتيجي ليس بديلاً عن الاتصال السياسي ولا مرادفًا له، بل يمثل أحد أبعاده الوظيفية التي تتجلى عندما تكون الحاجة إلى التخطيط المسبق والتأثير الموجَّه عالية. وهذا يعكس الطبيعة الحركية للاتصال السياسي، الذي يمكن أن يتخذ أشكالاً تلقائية أو يتحول إلى عملية استراتيجية دقيقة تبعًا للسياق السياسي وضرورات الفعل الاتصالي.

خامسًا: مفاهيم أخرى متصلة بالاتصال السياسي

إلى جانب المفاهيم السابقة، برزت في الأدبيات الحديثة مجموعة من المفاهيم الأخرى التي تقترب من الاتصال السياسي وظيفيًا. من أبرزها: الإعلام السياسي،

والتسويق السياسي، والتعبئة السياسية، والتضليل الإعلامي، والاتصال الانتخابي. هذه المفاهيم لا تشكل إطارًا بديلاً عن الاتصال السياسي، لكنها تعمل داخله كقنوات أو وظائف أو أدوات متخصصة. فالجدول التالي يُظهر تعاريف أبرز تلك المفاهيم وبيان علاقتها بالاتصال السياسي:

الإعلام السياسي	التعريف	مجال اتصالي يتناول إنتاج الخطاب السياسي وتقديمه عبر وسائل الإعلام.
	العلاقة	قناة من قنوات الاتصال السياسي.

التسويق السياسي	التعريف	منهج تواصلي يستند إلى مبادئ التسويق في بناء صورة الفاعلين السياسيين.
	العلاقة	وظيفة فرعية داخل الاتصال السياسي الانتخابي.

التعبئة السياسية	التعريف	آلية اتصال تُفعّل مشاركة الجماهير داخل الفعل السياسي.
	العلاقة	واحدة من أهم وظائف الاتصال السياسي.

التضليل الإعلامي	التعريف	ممارسة اتصالية تقوم على تقديم معلومات غير صحيحة أو محرّفة في سياق سياسي.
	العلاقة	أسلوب سلبي ضمن أدوات واستراتيجيات الاتصال السياسي.

الاتصال الانتخابي	التعريف	نمط تواصلي يركز على التفاعل بين المرشحين والناخبين عبر رسائل وأدوات انتخابية.
	العلاقة	صورة خاصة من الاتصال السياسي في سياق الحملات الانتخابية.

يبين الجدول أن هذه المفاهيم تقع داخل الإطار الأشمل للاتصال السياسي. فالإعلام السياسي يعمل كقناة، والتسويق السياسي كأداة انتخابية، والتعبئة السياسية كوظيفة،

والتضليل الإعلامي كأسلوب سلبي، بينما يمثل الاتصال الانتخابي صورة خاصة من صور الاتصال السياسي. إن جمع هذه المفاهيم يوضح أن الاتصال السياسي منظومة متعددة الأبعاد، تتضمن أدوات وأساليب متنوعة يمكن أن تكون إيجابية أو سلبية، ديمقراطية أو سلطوية.

ويتضح مما سبق في هذا المبحث أن الاتصال السياسي يمثل الإطار الجامع الذي تندرج تحته مفاهيم متعددة قد تلتبس معه. فالدعاية، والعلاقات العامة، والاتصال الحكومي، والاتصال الاستراتيجي، إضافة إلى الإعلام السياسي، والتسويق السياسي، والتعبئة السياسية، والتضليل الإعلامي، والاتصال الانتخابي، كلها تشكل أدوات أو وظائف أو صورًا فرعية داخله. ويظل التمييز بينها ضرورة أكاديمية لفهم الحدود الدقيقة لمفهوم الاتصال السياسي، وتفادي الخلط النظري والمنهجي في دراسته.

المبحث الرابع: نشأة وتطور الاتصال السياسي

يمتد الاتصال السياسي بجذوره إلى بدايات التنظيم الاجتماعي للبشر، إذ شكّل عبر التاريخ وسيلة لربط السلطة بالمجتمع ولتوجيه الرأي العام وصناعة الشرعية. وقد مرّ هذا الاتصال بتحولات عميقة؛ فبدأ بالخطابة والرموز ذات الطابع الديني والسياسي، ثم تطور مع الطباعة وظهور الصحافة، قبل أن يتخذ شكله المؤسسي في العصر الحديث مع وسائل الإعلام الجماهيرية والفضاء الرقمي. ويُظهر تتبع هذا المسار أن الاتصال السياسي لم يكن مجرد قناة لإبلاغ القرارات، بل أداة فاعلة في إدارة الصراع وبناء التوافقات، ما جعله حقلاً معرفيًا قائمًا بذاته داخل علوم الاتصال والسياسة.

أولاً: الاتصال السياسي في العصور القديمة

مثّلت الحضارات القديمة المرحلة الأولى لتشكل الاتصال السياسي المنظم، حيث برزت الخطابة في الحياة العامة أداة رئيسة للتأثير والإقناع. ففي اليونان، كان النقاش العلني داخل الساحات (الأغورا) جزءًا من العملية الديمقراطية[10]، بينما طوّر الرومان فنون البلاغة والخطاب باعتبارها عنصرًا من عناصر الحياة المدنية

[11]. وإلى جانب الخطابة، لعبت الرموز والشعائر ذات الطابع الديني والسياسي دورًا في ترسيخ شرعية السلطة، كما ظهر ذلك في النقوش، والمعابد، والمناسبات الرسمية.

صور الاتصال السياسي في الحضارتين اليونانية والرومانية	❖ الخطابة في الساحات العامة ❖ الجدل الفلسفي والمحاورات ❖ الرموز الدينية والشعارات السياسية ❖ النقوش والاحتفالات الرسمية

لقد أسهمت هذه الممارسات في تشكيل علاقة مباشرة بين الخطاب والسلطة، وأرست الأسس الأولى للفضاء العمومي الذي يتيح للجمهور المشاركة في مناقشة الشأن العام، وهي أسس ستتابع تطورها في المراحل التاريخية اللاحقة.

ثانيًا: الاتصال السياسي في العصور الوسطى

شهدت العصور الوسطى تحوّلاً في طبيعة الاتصال السياسي، إذ أصبح الدين الإطار المركزي الذي تُدار من خلاله العلاقة بين السلطة والمجتمع. ففي أوروبا الغربية، لعبت الكنيسة الكاثوليكية دورًا محوريًا في الحياة السياسية والرمزية، فمارست تأثيرها عبر الخطب والطقوس الدينية والمراسيم البابوية والمحاكم الكنسية والرموز المقدسة التي منحت الشرعية للملوك والإمبراطوريات[12]. أما في العالم الإسلامي، فبرزت منظومة متنوعة من وسائل الاتصال السياسي، يأتي في مقدمتها خطبة الجمعة التي مثّلت منصة دورية لتوجيه الجمهور وتثبيت الشرعية. كما اعتمدت السلطة على الرسائل السلطانية الموجهة إلى الولاة والأمراء، إضافةً إلى الشعر السياسي بوصفه وسيلة للتأثير والتعبير عن المواقف، فضلاً عن المناظرات الفكرية التي جمعت العلماء وأصحاب الرأي، وكتب الوقائع والنقوش على العملة والمعالم العمرانية التي حملت رسائل سياسية واضحة[13]. ولإظهار تنوّع أدوات الاتصال السياسي في كل من أوروبا الغربية والعالم الإسلامي، يقدّم الجدول الآتي أهم الوسائط المستخدمة في تلك المرحلة وما حملته من دلالات سياسية ورمزية:

أبرز أشكال الاتصال السياسي في أوروبا الغربية	❖ الخطب الكنسية والطقوس الدينية ❖ الرسائل البابوية والمراسيم ❖ المحاكم الكنسية ❖ الرموز المقدسة ومراسم التتويج ❖ الأدب الديني والفن المعماري
أبرز أشكال الاتصال السياسي في العالم الإسلامي	❖ خطبة الجمعة كمنبر للتوجيه والشرعنة ❖ رسائل الخلفاء والسلاطين ❖ الشعر السياسي والمدائح والهجاء ❖ المناظرات الفكرية والعقدية ❖ كتب الوقائع والتأريخ ❖ النقوش على العملة والمعالم العمرانية

يتضح من المقارنة أن الاتصال السياسي في أوروبا الغربية اتخذ طابعًا دينيًا صارمًا تُهيمن عليه الكنيسة بوصفها المصدر الرئيسي للسلطة الرمزية والسياسية، في حين تميزت التجربة الإسلامية بتعدد قنوات التواصل واتساع نطاقها بين الديني والفكري والأدبي والوثائقي. ويعكس هذا التباين اختلاف البنى السياسية: ففي الغرب كانت السلطة الدينية متغلغلة في الحكم، بينما في العالم الإسلامي كان الدين جزءًا من المجال السياسي دون أن يحتكر وحده أدوات الاتصال.

ثالثًا: الاتصال السياسي في العصر الحديث (القرنين 17 – 19)

مع بروز الدولة القومية في أوروبا منذ القرن السابع عشر، عرف الاتصال السياسي تحولاً نوعيًا بفعل التطورات الفكرية والتقنية. فقد أدى اختراع الطباعة وانتشار الصحافة إلى توسيع دائرة النقاش العام، مما مهّد لظهور ما سماه يورغن هابرماس بـ «الفضاء العمومي»[14]، وهو المجال الذي أصبح فيه المواطنون يتداولون الشأن

السياسي عبر الصحف والصالونات الأدبية والمقاهي.

وخلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، ساهمت الثورات الكبرى، وفي مقدمتها الثورة الفرنسية والأمريكية، في تعزيز دور الاتصال السياسي؛ إذ اعتمدت على الخطب والمنشورات والشعارات في تعبئة الجماهير والتأسيس لشرعية سياسية جديدة[15]. وهكذا انتقل الاتصال السياسي تدريجيًا من الطابع الرمزي والديني التقليدي إلى الطابع الإعلامي المرتبط بصناعة الرأي العام ومشاركة المواطنين في النقاش السياسي. وفيما يأتي يعرض الجدول التالي أهم الوسائط التي شكّلت ملامح الاتصال السياسي خلال تلك المرحلة:

أبرز أشكال الاتصال السياسي في العصر الحديث	❖ الطباعة ❖ الصحف والمجلات ❖ الصالونات الأدبية ❖ الخطب الثورية ❖ المنشورات والشعارات ❖ الرسائل السياسية

تُبرز هذه الوسائط أنّ الاتصال السياسي في العصر الحديث ارتبط ارتباطًا وثيقًا بالإعلام المكتوب، الذي أتاح فضاءً جديدًا لتداول الأفكار وربط الجمهور بالشأن العام بصورة غير مسبوقة. كما أكدت التجارب الثورية أهمية الاتصال في تحريك الجماهير وإعادة تشكيل الشرعية السياسية. وبذلك يمكن اعتبار العصر الحديث محطة انتقالية حاسمة نقلت الاتصال السياسي من أطره التقليدية إلى فضاء يعتمد على الطباعة والصحافة وتشكيل الرأي العام.

رابعًا: الاتصال السياسي في القرن العشرين

شهد القرن العشرين تحولاً جذريًا في الاتصال السياسي مع ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية، وعلى رأسها الراديو والتلفزيون، اللذين أتاحا للقادة السياسيين مخاطبة جماهير واسعة في وقت واحد، على نحو غير مسبوق في التاريخ. وقد لعبت الدعاية المنظمة دورًا حاسمًا خلال الحربين العالميتين؛ إذ سخّرت الحكومات أجهزة الإعلام لحشد الشعوب وتوجيه الرأي العام[16].

وفي مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، بدأت ملامح الحملات الانتخابية الحديثة تتشكل، مستندةً إلى استطلاعات الرأي والإعلانات السياسية ومبادئ التسويق السياسي. ومع نهاية القرن، أصبح الاتصال السياسي مجالاً مؤسسيًا قائمًا بذاته، يجمع بين علوم الإعلام والسياسة والسلوك الانتخابي ويُدرَّس في الجامعات[17]. وتتّضح ملامح هذا التحول من خلال المراحل الآتية التي مثّلت محطات رئيسية في تطور الاتصال السياسي خلال القرن العشرين:

الحرب العالمية الأولى	❖ الدعاية عبر الملصقات السياسية ❖ الصحف كأداة للتعبئة ❖ بدايات استخدام الراديو
الحرب العالمية الثانية	❖ الدعاية المنظمة واسعة النطاق ❖ السينما الإخبارية ❖ البث الإذاعي المكثف
ما بعد 1945	❖ الراديو والتلفزيون ❖ الخطب السياسية المباشرة ❖ الحملات الانتخابية البدائية

النصف الثاني من القرن 20	❖ استطلاعات الرأي العام ❖ الحملات الانتخابية الحديثة ❖ التسويق السياسي والإعلانات التلفزيونية

تُظهر هذه المراحل أن الاتصال السياسي في القرن العشرين انتقل من الاعتماد المحدود على الصحافة والخطابة إلى منظومة اتصالية مؤسسية تتسم بالتخطيط والاستهداف. وقد أبرزت الحروب قدرة الاتصال على التحشيد والتوجيه، بينما أكدت الأنظمة الديمقراطية دوره في المنافسة الانتخابية وصناعة الرأي العام. ومن ثمّ، يمكن اعتبار القرن العشرين الفترة التي اكتمل فيها تشكّل الاتصال السياسي كحقل علمي مستقل يجمع بين الإعلام والسياسة والتحليل السلوكي.

خامسًا: الاتصال السياسي في العصر الرقمي

أدخلت الثورة الرقمية في التسعينيات الاتصال السياسي مرحلة مختلفة جذريًا أعادت تشكيل بنيته وآلياته. فقد وفّرت الشبكة بيئة تتيح للفاعلين السياسيين الوصول المباشر إلى الجمهور دون المرور عبر القنوات الإعلامية التقليدية. ومع صعود منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وأكس ويوتيوب، انتقل الاتصال السياسي من نموذج يعتمد على البث الأحادي إلى نموذج تفاعلي شبكي يمكّن الأفراد من المشاركة بوصفهم مرسلين ومتلقّين في الوقت نفسه[18].

وأصبحت بذلك الحملات الانتخابية تعتمد بصورة متزايدة على الأدوات الرقمية، كما ظهرت أنماط جديدة من الممارسة السياسية مثل السياسة الشبكية والتعبئة الرقمية والهاشتاغات السياسية، الأمر الذي جعل الوسائط الرقمية عنصرًا مؤثرًا في صياغة القرار السياسي وتوجيه الرأي العام[19]. وتبرز التحولات التي أحدثها العصر الرقمي من خلال مقارنة خصائص الاتصال السياسي التقليدي بنظيره الرقمي على النحو الآتي:

	الاتصال التقليدي	الاتصال الرقمي
القنوات	الصحافة، الراديو، التلفزيون	الإنترنت، منصات التواصل الاجتماعي
سرعة الانتشار	بطيئة نسبيًا	فورية وعالمية
التأثير السياسي	محصور في النخب والمؤسسات	موزّع عبر الشبكات وصعود فاعلين جدد
المخاطر	احتكار المؤسسات للمعلومة	التضليل، الأخبار الزائفة، التأثير الرقمي

تُبيّن المقارنة أن الاتصال السياسي الرقمي قد غيّر جوهر العملية الاتصالية من حيث التفاعلية والسرعة وتعدد الفاعلين وانخفاض تكلفة المشاركة. فقد أصبح الجمهور قادرًا على التأثير في الأجندة السياسية وقيادة النقاش العام، بينما أسهمت الوسائط الرقمية في تعزيز الشفافية والمساءلة من جهة، وفتحت الباب لظواهر خطيرة مثل الأخبار الزائفة وحملات التأثير المنظّم من جهة أخرى. ومن ثمّ، يمثل العصر الرقمي مرحلة إعادة تشكيل شاملة للاتصال السياسي، حيث بات المشهد الاتصالي تحكمه تفاعل الشبكات بدلاً من احتكار المؤسسات التقليدية.

خاتمة الفصل الأول

أوضح هذا الفصل أن الاتصال السياسي يمثل إطارًا أساسيا لفهم العملية السياسية، وليس مجرد نشاط مكمّل لها. فقد تناولنا تحديد مفهومه وأبعاده المختلفة، وبيّنا طبيعة علاقته العضوية بالسياسة بوصفها فعلاً تواصليًا يقوم على تبادل الرسائل والخطابات بين الفاعلين. كما ميّزنا الاتصال السياسي عن جملة من المفاهيم القريبة منه، مثل الدعاية، والعلاقات العامة، والاتصال الحكومي، والاتصال الاستراتيجي، وغيرها من المفاهيم المتداخلة معه وظيفيًا. وتتبّعنا في ختام الفصل مسار نشأة الاتصال السياسي وتطوره عبر التاريخ، من الخطابة في العصور القديمة، مرورًا بالوسائط الدينية والطقسية، ثم الإعلام المكتوب والفضاء العمومي في العصر الحديث، وصولاً إلى الإعلام الجماهيري والبيئة الرقمية المعاصرة. ومن خلال هذا المسار، تبيّن أن الاتصال السياسي ظاهرة متحولة ترتبط بتطور وسائط الاتصال وأنماط الحكم، وأن الإحاطة ببنيته الراهنة تقتضي دراسة خصائصه ومكوناته ومحدداته، وهو ما يتناوله الفصل الثاني من هذا الكتاب.

الفصل الثاني

بنية الاتصال السياسي



يُعتبر فهم بنية الاتصال السياسي خطوة أساسية للكشف عن آليات اشتغاله داخل المجال العام، إذ لا يعمل هذا الاتصال بوصفه نشاطًا عفويًا، بل كعملية مركّبة تحكمها خصائص واضحة تعكس ارتباطه بالسلطة، وطابعه الجماهيري، وارتكازه على الرموز والمعاني السياسية. ويكتسب الاتصال السياسي أهميته من أدواره في صناعة الشرعية، وتعزيز المشاركة، وإدارة الأزمات، وبناء صورة الدولة والفاعلين داخلها. وفي الوقت نفسه، يخضع هذا المجال لجملة من المحددات السياسية والإعلامية والقانونية والثقافية والاقتصادية والتكنولوجية التي ترسم حدوده وتضبط فعاليته. وتتجلى بنيته كذلك من خلال مكوّنات مترابطة تشمل الفاعلين والرسائل والقنوات والجمهور والسياق والأهداف. فهذه العناصر يتم تناولها في إطار واحد يتيح فهمًا متماسكًا لطريقة عمل الاتصال السياسي وقدرته على التأثير في الأفراد والمجتمعات والدول.

المبحث الأول: خصائص الاتصال السياسي

يمتلك الاتصال السياسي مجموعة من الخصائص تمنحه طابعًا يميّزه عن سائر أشكال الاتصال. فهو بطبيعته مرتبط بالسلطة، ويُسهم في بناء الشرعية أو منازعتها، كما يتوجه إلى جمهور واسع ومتعدد الاهتمامات والانتماءات. ويعتمد بدرجة كبيرة على الرموز والشعارات التي تمنح الخطاب قوة إقناعية وعاطفية، فضلاً عن كونه مجالاً للصراع والتفاوض بين فاعلين مختلفين، مما يكسبه طابعًا جدليًا مستمرًا. ومع تطور الوسائط الرقمية، اكتسب الاتصال السياسي بعدًا تفاعليًا جعل الجمهور شريكًا في إنتاج الخطاب وتداوله، لا مجرد متلقٍ سلبي. وتكشف هذه الخصائص مجتمعة عن تفاعلات الاتصال السياسي واتساع أبعاده الرمزية والإعلامية والسياسية.

الخاصية الأولى: الطابع السلطوي

يُعتبر الطابع السلطوي من أبرز خصائص الاتصال السياسي، إذ يشكل امتدادًا مباشرًا لبنية السلطة في المجتمع. فهو الأداة التي تبرر من خلالها الحكومات سياساتها

وتدعّم شرعيتها، كما تستخدمه المعارضة لمساءلة هذه الشرعية أو منافستها عبر تقديم سرديات بديلة. ولذلك، لا يُعد الاتصال السياسي نشاطًا محايدًا، بل يرتبط دائمًا بموازين القوى داخل المجال العام. فالخطابات الرسمية، والبيانات الحكومية، والمؤتمرات الصحفية تمثل أمثلة على توظيف السلطة للاتصال السياسي، في حين تستثمر القوى المعارضة الوسائط ذاتها للتأثير في الرأي العام وإعادة تشكيله.

الخاصية	التوضيح
الطابع السلطوي	يعكس ارتباط الاتصال ببنية السلطة وسعي الفاعلين إلى تعزيز الشرعية أو تحدّيها.

الخاصية الثانية: الطابع الجماهيري

يتوجّه الاتصال السياسي بطبيعته إلى جمهور واسع ومتنوّع في العمر والثقافة والانتماء، الأمر الذي يستدعي استخدام وسائط قادرة على الوصول الشامل، مثل التلفزيون والإذاعة والصحافة والمنصات الرقمية. ويُشكل هذا الطابع أبرز سمات الاتصال السياسي، لأنه يميّزه عن أشكال الاتصال المتخصصة التي تخاطب فئات محدودة. وتنبع أهمية البعد الجماهيري من دوره في تمكين الفاعل السياسي من بناء قاعدة دعم واسعة، سواء لتعزيز الاستقرار أو لتحقيق مكاسب انتخابية.

الخاصية	التوضيح
الطابع الجماهيري	يتوجّه إلى جمهور عريض ومتنوع باستخدام أدوات اتصال واسعة الانتشار.

الخاصية الثالثة: الطابع الرمزي

لا يقتصر الاتصال السياسي على عرض المعلومات والوقائع، بل يستند بدرجة كبيرة إلى الرموز والشعارات التي تخاطب الوجدان وتثير المشاعر الجمعية. فالرموز الوطنية كالعلم والنشيد وصور القادة، والشعارات السياسية في الحملات الانتخابية، تضفي

على الخطاب قوة تعبوية يصعب تحقيقها عبر البيانات المجردة. كما يتيح استخدام اللغة الرمزية صياغة رسائل مختصرة وسهلة التداول، وهو ما يعزز حضورها في الفضاء العام. ومن ثمّ، يمنح الطابع الرمزي الاتصال السياسي قدرة تأثيرية تجمع بين البعدين المعنوي والعاطفي.

الخاصية	التوضيح
الطابع الرمزي	يقوم على توظيف الرموز والشعارات لإضفاء بعد عاطفي ومعنوي على الخطاب السياسي.

الخاصية الرابعة: الطابع الجدلي

يتميز الاتصال السياسي بطابع جدلي نابع من طبيعة المجال السياسي نفسه بوصفه ساحة للصراع والتنافس. فهو يتيح للفاعلين عرض مواقف متعارضة والدخول في نقاشات ومناظرات تستهدف كسب التأييد وإقناع الجمهور. ويتجلى هذا الطابع في النقاشات البرلمانية، والحملات الانتخابية، والبرامج السياسية التي تتواجه فيها الأطراف عبر الحجج والانتقادات. ولا يشير البعد الجدلي إلى الفوضى، بل يعكس حيوية المجال العام وقدرة النظام السياسي على استيعاب التعددية أو الحد منها.

الخاصية	التوضيح
الطابع الجدلي	يعكس التفاعل والصراع بين الفاعلين السياسيين، ويبرز مدى اتساع التعددية أو محاولات الحدّ منها.

الخاصية الخامسة: الطابع التفاعلي

أدت التحولات الرقمية إلى إكساب الاتصال السياسي طابعًا تفاعليًا واضحًا، حيث لم يعد الجمهور متلقيًا سلبيًا، بل أصبح مشاركًا في إنتاج الخطاب وتداوله من خلال التعليقات والمشاركات والحملات الإلكترونية. ويخلق هذا التفاعل حركة مستمرة تُلزم الفاعلين السياسيين بمتابعة ردود الجمهور وتعديل رسائلهم وفقًا لها. كما أسهم

في بروز فاعلين جدد خارج الأطر التقليدية، مثل النشطاء الرقميين والمؤثرين، الذين باتوا يمتلكون قدرة ملموسة على التأثير في الأجندة العامة.

الخاصية	التوضيح
الطابع التفاعلي	يقوم على مشاركة الجمهور في العملية الاتصالية عبر قنوات رقمية أو التفاعل المباشر.

الخاصية السادسة: الطابع الاستراتيجي

يتسم الاتصال السياسي بطابع استراتيجي يقوم على التخطيط المسبق، إذ لا يُمارس بوصفه نشاطًا عفويًا، بل يعتمد على تحديد الجمهور المستهدف، وصياغة الرسائل، واختيار القنوات المناسبة، وضبط توقيت بثّها. وغالبًا ما يلجأ الفاعلون السياسيون إلى خبراء في الاتصال والتسويق لضمان فعالية حملاتهم وتوجيه الرسائل بما يخدم أهدافهم. وتُبرز هذه السمة أن الاتصال السياسي لا يكتفي بنقل الأحداث، بل يسعى إلى التأثير في مسارها وتوجيهها وفق حسابات سياسية محددة.

الخاصية	التوضيح
الطابع الاستراتيجي	يقوم على التخطيط المسبق لتوجيه الاتصال بما يخدم أهدافًا سياسية محددة.

الخاصية السابعة: الطابع الإعلامي

أصبح الاتصال السياسي في العصر الحديث وثيق الارتباط بالإعلام، إذ يخضع بدرجة كبيرة لمنطقه ومعاييره. فوسائل الإعلام تحدد القضايا التي تحظى بالأولوية ضمن الأجندة العامة، وتفرض على الخطاب السياسي خصائصها من حيث الاختصار والجاذبية البصرية والسرعة في نقل الرسائل. وقد دفع هذا المنطق الفاعلين السياسيين إلى تكييف خطاباتهم مع متطلبات العرض الإعلامي، مما عزز التركيز على العناوين اللافتة والصور المؤثرة على حساب الخطاب التحليلي المتعمق.

الخاصية	التوضيح
الطابع الإعلامي	خضوع الخطاب السياسي لمنطق الإعلام وأولوياته في التغطية والمعالجة.

الخاصية الثامنة: الطابع العاطفي

يستند الاتصال السياسي بدرجة كبيرة إلى استثارة المشاعر، لأن الجمهور لا يتفاعل مع المعلومات المجردة بقدر تفاعله مع الخطابات التي تبعث الأمل أو الخوف أو الغضب. ولهذا يلجأ الفاعلون السياسيون إلى لغة وجدانية وصور ورموز قادرة على إحداث تأثير نفسي مباشر. ويُفسّر هذا البعد قدرة شعار موجز أو صورة مؤثرة على تغيير اتجاهات الرأي العام في وقت قصير، بما يعكس الدور المركزي للعاطفة في فعالية الخطاب السياسي.

الخاصية	التوضيح
الطابع العاطفي	يركز على استثارة المشاعر لتعزيز التأثير في الجمهور.

وبناء على ما سبق، تكشف الخصائص السابقة عن الطبيعة المركّبة للاتصال السياسي، بوصفه مجالاً يجمع بين السلطة والجمهور في علاقة تأثير متبادلة. فالطابع السلطوي يبرز دوره في إنتاج الشرعية أو منازعتها، بينما يبيّن الطابع الجماهيري قدرته على الوصول الواسع وتشكيل المواقف العامة. ويضفي الطابع الرمزي بعدًا وجدانيًا يعزّز فعاليته، في حين يعكس الطابع الجدلي طبيعته القائمة على الصراع والتفاوض بين الفاعلين. كما يمنحه الطابع التفاعلي حركة مستمرة بفعل مشاركة الجمهور، ويجعل الطابع الاستراتيجي منه أداة موجّهة تخضع للتخطيط والحسابات السياسية. وأخيرًا، يظهر الطابع الإعلامي ارتباطه بمنطق الوسائط التي تشكل أجندته وحدود تأثيره، في حين يبرز الطابع العاطفي أهمية المشاعر في توجيه الرأي العام. ومن ثم، فإن فهم هذه الخصائص يمثل مدخلاً أساسيًا لاستيعاب كيفية عمل الاتصال السياسي داخل الأنظمة السياسية المتنوعة.

المبحث الثاني: أهمية الاتصال السياسي

تبرز أهمية الاتصال السياسي من كونه الركيزة التي تستند إليها العملية السياسية على مختلف مستوياتها. فهو الأداة التي تُكسب القرارات والسلطات مشروعيتها، والقناة التي تتيح للمواطنين المشاركة في الشأن العام، كما يشكّل عنصرًا حاسمًا في إدارة الأزمات والحدّ من تداعياتها. وإلى جانب ذلك، يسهم الاتصال السياسي في صياغة الأجندة العامة وتوجيه الرأي العام، ويمثل وسيلة أساسية لبناء صورة الدول وتعزيز حضورها الدولي. وبذلك يمكن تلخيص أهميته في خمسة محاور رئيسة: صناعة الشرعية السياسية، المشاركة السياسية، إدارة الأزمات، التأثير في الأجندة وصياغة الرأي العام، والعلاقات الدولية وصورة الدولة.

أولاً: صناعة الشرعية السياسية

تُعد صناعة الشرعية إحدى أبرز وظائف الاتصال السياسي، إذ لا تكفي النصوص القانونية أو القرارات الإدارية لضمان القبول المجتمعي ما لم تُقدَّم ضمن خطاب يفسّرها ويصلها بقيم المجتمع ومصالحه. وتعتمد الحكومات على الاتصال السياسي لترسيخ مشروعيتها، بينما تستخدمه المعارضة لنقد هذه الشرعية أو طرح بدائل سياسية منافسة. وهكذا يصبح الاتصال السياسي مجالاً رمزيًا للصراع على القبول الشعبي، وبدونه تفقد العملية السياسية فعاليتها وتتحول إلى أوامر منفصلة عن المواطنين.

الأهمية	التوضيح
صناعة الشرعية	يمنح السياسات والقرارات قبولاً مجتمعيًا ويبررها داخل المجال العام.

ثانيًا: المشاركة السياسية

يمثّل الاتصال السياسي قناة أساسية لتفعيل المشاركة السياسية، إذ يتيح للمواطنين التعبير عن آرائهم والانخراط في النقاشات العامة. فالمناظرات الانتخابية، والحوارات

المجتمعية، والبرامج السياسية عبر وسائل الإعلام توفر فضاءات للتفاعل المباشر بين الناخبين وصنّاع القرار. كما منحت المنصات الرقمية فرصًا واسعة لإشراك الجمهور، من خلال مناقشة مشاريع القوانين وانتقاد السياسات بصورة علنية. وبذلك يتحول الاتصال السياسي إلى أداة مركزية للديمقراطية التشاركية ومؤشر على حيوية الحياة السياسية في أي مجتمع.

الأهمية	التوضيح
المشاركة السياسية	تمكين الجمهور من التأثير في العملية السياسية وصياغة الأجندة العامة.

ثالثًا: إدارة الأزمات

تُظهر الأزمات الكبرى – سواء كانت صحية أو اقتصادية أو سياسية – الدور الحاسم للاتصال السياسي في تهدئة المخاوف وضمان الاستقرار الاجتماعي. فهذه اللحظات تولّد قلقًا عامًا وتمنح الشائعات مجالاً للانتشار، مما يجعل الخطاب الرسمي الواضح والشفاف عنصرًا أساسيًا للحفاظ على الثقة. وفي مثل هذه السياقات، تعتمد الحكومات على المؤتمرات الصحفية والبيانات المتتالية والحملات الإعلامية لشرح الإجراءات وتبريرها. ومن هنا، تتحدد فعالية إدارة الأزمات ليس فقط بمدى صواب القرارات، بل أيضًا بقدرة الخطاب الاتصالي على طمأنة الجمهور وإقناعه.

الأهمية	التوضيح
إدارة الأزمات	يطمئن الرأي العام ويحدّ من الشائعات خلال الأزمات.

رابعًا: صياغة الأجندة

يتميّز الاتصال السياسي بقدرته على تحديد القضايا التي يتداولها الناس، وعلى صياغة الطريقة التي يفكرون بها بشأنها. فهو لا ينقل الأحداث فقط، بل يعيد ترتيب الأولويات ويؤطرها ضمن معانٍ محددة. الإعلام بدوره يضخم بعض القضايا

ويقلل من شأن أخرى، ما يفرض أجندة جديدة على المجتمع. وبذلك يصبح الاتصال السياسي أداة لتوجيه الرأي العام، سواء عبر تعيين الأجندة أو عبر التأطير الذي يحدد زاوية النظر إلى القضايا.

الأهمية	التوضيح
صياغة الأجندة	يحدد أولويات النقاش العام ويؤطرها.

خامسًا: صورة الدولة في العلاقات الدولية

امتدّت أهمية الاتصال السياسي إلى المجال الخارجي، حيث أصبح عنصرًا أساسيًا في تشكيل صورة الدول وتعزيز حضورها الدولي. فالقوة الناعمة لم تعد تقوم فقط على الاقتصاد أو النفوذ العسكري، بل تعتمد أيضًا على الخطاب الموجّه إلى الرأي العام الدولي، وعلى أدوات الدبلوماسية العامة التي تستثمر الإعلام والمنصات الرقمية لعرض السياسات وتقديم الرواية الوطنية. وفي عالم يتسم بالعولمة وسرعة تدفّق المعلومات، تؤثر صورة الدولة في مكانتها وتأثيرها الإقليمي والدولي. لذلك باتت الحكومات تستثمر في الاتصال الخارجي لإبراز إنجازاتها والتصدي للخطابات السلبية التي قد تضر بسمعتها.

الأهمية	التوضيح
صورة الدولة	يبني صورة إيجابية للدولة ويعزز قوتها الناعمة.

تُظهر المجالات الخمسة السابقة أن الاتصال السياسي لا يشكّل نشاطًا ثانويًا، بل يمثل محور العملية السياسية في مختلف مستوياتها. فمن خلاله تُبنى الشرعية، وتُفعَّل المشاركة، وتُدار الأزمات، ويُعاد تشكيل الرأي العام، كما تُصاغ صورة الدولة في المجال الخارجي. وكلما اتسم الاتصال السياسي بالفاعلية والشفافية، ازدادت قدرة النظام السياسي على الاستقرار والتكيّف مع التحولات. وفي المقابل، يؤدي ضعف الاتصال إلى اهتزاز الشرعية، وتراجع المشاركة، وتفاقم الأزمات، وتشويه صورة

الدولة. ومن ثمّ يتضح أن الاتصال السياسي يعدّ شرطًا أساسيًا لأي نظام يسعى إلى الاستمرار والتطور.

المبحث الثالث: محددات الاتصال السياسي

لا يعمل الاتصال السياسي بمعزل عن السياق المحيط به، بل يخضع لجملة من المحددات التي تشكل مساره ودرجة تأثيره. فطبيعة النظام السياسي ترسم حدود الحرية والانفتاح، بينما تؤثر البنية الإعلامية في نوع القنوات المتاحة وقدرتها على الوصول للجمهور. كما تلعب الثقافة السياسية والقيم الاجتماعية دورًا مهمًا في كيفية استقبال الرسائل وتفسيرها، في حين يحدد المستوى الاقتصادي إمكانات الفاعلين وقدرتهم على تمويل الحملات الاتصالية. ويضاف إلى ذلك الإطار القانوني الذي يوازن بين حرية التعبير والرقابة، والمحدد التكنولوجي الذي أعاد صياغة أنماط التواصل في العصر الرقمي. وبناءً على ذلك، يمكن حصر أبرز محددات الاتصال السياسي في ستة عناصر: النظام السياسي، البنية الإعلامية، الثقافة السياسية، المستوى الاقتصادي، الإطار القانوني، والمحدد التكنولوجي.

أولاً: النظام السياسي

يُعتبر النظام السياسي المحدد الأهم لطبيعة الاتصال السياسي وفعاليته. ففي الأنظمة الديمقراطية، يسمح وجود التعددية السياسية وحرية الإعلام بقدر كبير من الانفتاح والتنوع في الخطاب، بينما تفرض الأنظمة السلطوية هيمنة الدولة على المجال الاتصالي وتوجّه الرسائل نحو التعبئة والدعاية أكثر من الحوار. أما الأنظمة الانتقالية، فتتأرجح عادة بين الانفتاح والتقييد تبعًا لمرحلة التحول السياسي، مما يجعل الاتصال السياسي فيها مضطربًا وغير مستقر.

المحدد	التوضيح
النظام السياسي	يحدد مدى الحرية والانفتاح في المجال الاتصالي.

ثانيًا: البنية الإعلامية

تمثل البنية الإعلامية أحد العناصر الأساسية التي تشكل الاتصال السياسي، فهي التي تحدد الأدوات والقنوات التي يعتمد عليها الفاعلون السياسيون والجمهور في تبادل الرسائل. فالإعلام الحر والمتنوع يفتح المجال للتعددية ويتيح تداولاً واسعًا للأفكار، بينما يؤدي احتكار الدولة أو رأس المال للمنظومة الإعلامية إلى تقييد حرية التعبير وفرض خطاب أحادي. ومع التحول الرقمي، اتسعت البنية الإعلامية لتشمل المنصات الرقمية التي مكّنت الجمهور من إنتاج الرسائل السياسية وتداولها، الأمر الذي أعاد توزيع القوة داخل المجال الاتصالي وقلّل من مركزية الوسائط التقليدية.

المحدد	التوضيح
البنية الإعلامية	تحدد القنوات المتاحة وطبيعة تداول الرسائل السياسية.

ثالثًا: الثقافة السياسية

تشكّل الثقافة السياسية المحدد الذي يحدد كيفية استقبال الجمهور للخطاب السياسي وتفاعله معه. فالمجتمعات ذات الثقافة السياسية الواسعة تميل إلى تقبّل النقاش والتعددية، بينما تميل المجتمعات التقليدية إلى تفضيل الاستقرار والطاعة للسلطة. كما أن القيم الدينية والوطنية والتاريخية تفرض تأثيرًا عميقًا في طريقة تلقي الرسائل؛ فخطاب يستند إلى الرموز الدينية قد يكون مقنعًا لكسب الشرعية في مجتمع محافظ، لكنه قد يواجه رفضًا في المجتمعات الأخرى.

المحدد	التوضيح
الثقافة السياسية	تحدد أنماط التلقي والسلوك السياسي للجمهور.

رابعًا: المستوى الاقتصادي

يؤثر الوضع الاقتصادي تأثيرًا مباشرًا في طبيعة الاتصال السياسي من ناحيتين

أساسيتين. فمن جهة، تحدد الموارد المالية المتاحة قدرة الفاعلين السياسيين على تمويل الحملات وإنتاج الرسائل والدعاية. ومن جهة أخرى، يشكّل الاقتصاد محورًا رئيسيًا في صياغة الأجندة العامة، إذ تتصدر القضايا المعيشية والبطالة والفقر الخطاب السياسي في المجتمعات التي تعاني أزمات اقتصادية، بينما تميل الدول ذات الوفرة الاقتصادية إلى إبراز موضوعات أكثر تجريدًا مثل البيئة وحقوق الإنسان. وعليه، فإن المستوى الاقتصادي لا يحدد حجم الاتصال السياسي فحسب، بل ينعكس أيضًا على مضمونه وأولوياته.

المحدد	التوضيح
المستوى الاقتصادي	يؤثر في حجم الموارد الاتصالية وفي طبيعة القضايا المطروحة في الخطاب السياسي.

خامسًا: الإطار القانوني

يضع الإطار القانوني الحدود الفاصلة بين حرية التعبير والرقابة، وهو ما ينعكس مباشرة على طبيعة الاتصال السياسي. ففي المجتمعات التي تكفل حرية الصحافة وحق الوصول إلى المعلومات، يتسم الخطاب بالانفتاح والتعددية. أما في الدول ذات التشريعات المقيدة، فيصبح الاتصال السياسي أقرب إلى الدعاية الرسمية ويغيب التنوع. كما أن القوانين المنظمة للانتخابات والحملات الانتخابية تحدد طبيعة الخطاب وحدوده، سواء عبر فرض شفافية التمويل أو عبر تقييد المحتوى.

المحدد	التوضيح
الإطار القانوني	يحدد مساحة الحرية أو القيود المؤطرة للاتصال السياسي.

سادسًا: المحدد التكنولوجي

أحدثت التكنولوجيا الرقمية تحولاً عميقًا في الاتصال السياسي، إذ أتاحت انتشار الرسائل بسرعة غير مسبوقة ووفرت قنوات للتفاعل المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي دون وسيط تقليدي. غير أن هذا التطور ترافق مع مخاطر واضحة،

أبرزها التضليل الإعلامي، والأخبار الزائفة، ومحاولات التأثير الخارجي في الحملات الانتخابية. وبذلك لا يقتصر أثر المحدد التكنولوجي على توسيع آفاق الاتصال السياسي، بل يشمل أيضًا تحديات تمس مصداقيته واستقرار المجال العام.

المحدد	التوضيح
المحدد التكنولوجي	يعيد تشكيل الاتصال ويوفّر فرصًا جديدة ويطرح مخاطر متزايدة.

تكشف المحددات السابقة أن الاتصال السياسي عملية تتشكل دائمًا ضمن بيئة سياسية وإعلامية وثقافية واقتصادية وقانونية وتكنولوجية محددة. فالنظام السياسي يرسم حدود الحرية والانفتاح، والبنية الإعلامية تحدد القنوات المتاحة، والثقافة السياسية تؤطر أنماط التلقي، بينما يحدد المستوى الاقتصادي حجم الموارد والقضايا المطروحة. أما الإطار القانوني فيضبط ممارسة الاتصال وشفافيته، في حين تفتح التكنولوجيا آفاقًا واسعة للتواصل لكنها تطرح في الوقت نفسه تحديات جديدة تتعلق بالمصداقية والاستقرار. ومن ثم، لا يكتمل أي تحليل للاتصال السياسي من دون استحضار هذه المحددات التي تفسر تباين التجارب وتنوع أشكال الممارسة الاتصالية بين الدول.

المبحث الرابع: مكوّنات الاتصال السياسي

يتكوّن الاتصال السياسي من مجموعة عناصر مترابطة تشكّل بنيته وتحدد فعاليته. يبدأ بوجود الفاعلين الذين يصوغون الخطاب ويوجهونه، ثم بالرسائل التي تعبّر عن المواقف والبرامج السياسية، لتنتقل عبر القنوات المختلفة إلى الجمهور الذي يستقبلها ويتفاعل معها. وتتم هذه العملية ضمن سياق سياسي واجتماعي وثقافي يؤطرها ويحدّد شروطها، بينما تعمل جميع الأطراف على تحقيق أهداف واضحة مثل الإقناع، والتأثير، وصناعة الشرعية. إن تحليل هذه المكوّنات – الفاعلون، الرسائل، القنوات، الجمهور، السياق، والأهداف – يكشف الطبيعة المنهجية للعملية الاتصالية ويتيح فهم آليات اشتغال الاتصال السياسي في الواقع.

أولاً: الفاعلون

يمثّل الفاعلون نقطة الانطلاق في عملية الاتصال السياسي، فهم من يحدد مضمون الرسالة وطريقة صياغتها. ويتوزعون بين فاعلين رسميين مثل الحكومات والبرلمانات والمؤسسات العامة، وفاعلين غير رسميين كوسائل الإعلام، ومنظمات المجتمع المدني، والنخب الفكرية، والناشطين. ويختلف وزن كل فاعل تبعًا لموقعه في النظام السياسي وقدرته على الوصول إلى الجمهور؛ فالحكومة تمتلك أدوات الدولة ومواردها، بينما تعتمد المعارضة على استراتيجيات بديلة كالحملات الرقمية أو التعبئة الشعبية. ويُعد هذا التنوع مؤشرًا على حيوية الاتصال السياسي واتساع فضائه.

المكون	التوضيح
الفاعلون	الجهات التي تنتج الخطاب السياسي وتوجّهه نحو الجمهور.

ثانيًا: الرسالة

تُعدّ الرسالة جوهر العملية الاتصالية، إذ تعبّر عن الأفكار والمواقف التي يسعى الفاعلون إلى إيصالها للجمهور. ويمكن أن تتجسد في خطب رسمية، أو بيانات حكومية، أو برامج انتخابية، أو شعارات مختصرة في الحملات السياسية. وتتحدد فعالية الرسالة بقدرتها على الجمع بين الحجة العقلانية من جهة، والبعد الرمزي والعاطفي من جهة أخرى، بما يضمن وصولها إلى المتلقين بطريقة تتناسب مع ثقافتهم وسياقهم الاجتماعي والسياسي. فالرسالة الناجحة هي تلك التي تُصاغ بلغة واضحة وتحقق التوازن بين الإقناع العقلي والتأثير الوجداني.

المكون	التوضيح
الرسالة	المضمون السياسي الذي يُوجَّه إلى الجمهور.

ثالثًا: القنوات

تمثّل القنوات الوسائط التي تنتقل عبرها الرسائل السياسية من الفاعلين إلى الجمهور. وتشمل وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والراديو والتلفزيون،

والوسائط الرقمية كالمنصات الاجتماعية ومواقع الإنترنت، إضافة إلى أشكال الاتصال المباشر كاللقاءات العامة والمناظرات. وتؤثر طبيعة القناة في مدى انتشار الرسالة وسرعة وصولها ومستوى التفاعل معها. ومع التحول الرقمي، لم تعد القنوات حكرًا على المؤسسات الكبرى، بل أصبح الأفراد أنفسهم قادرين على لعب دور وسطاء فاعلين في نشر الخطاب السياسي وتوجيه النقاش العام.

المكون	التوضيح
القنوات	الوسائط التي تحمل الرسائل من الفاعلين إلى الجمهور.

رابعًا: الجمهور

الجمهور هو الطرف الذي يستقبل الرسائل السياسية ويتفاعل معها، وهو ليس كتلة متجانسة، بل يتكوّن من شرائح متباينة وفق العمر والجنس والتعليم والانتماء الاجتماعي والسياسي. ويؤثر هذا التنوع في طريقة صياغة الرسائل وآليات توجيهها، إذ يلجأ الفاعلون إلى تقسيم الجمهور إلى فئات تستجيب كل منها لأنماط مختلفة من الخطاب. كما يملك الجمهور اليوم قدرة أكبر على الرد والمشاركة، خاصة في البيئات الرقمية التي تتيح تعبيرًا فوريًا عن المواقف والاتجاهات.

المكون	التوضيح
الجمهور	الأفراد والفئات التي تتلقى الرسائل السياسية وتفسرها وتتفاعل معها.

خامسًا: السياق

يشير السياق إلى البيئة العامة التي تتم داخلها العملية الاتصالية، بما تشملُه من عوامل سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية تحيط بالرسائل وتوجّه معناها. فالخطاب الذي يُلقى في مجتمع متعدد يختلف عن الخطاب ذاته في نظام سلطوي، كما تتغير دلالات الرسائل وفق الظروف التي تُطرح فيها، سواء في لحظات الأزمات أو فترات الاستقرار. ويُعد فهم السياق شرطًا أساسيًا لتفسير المعاني الضمنية للرسائل وتقدير مستوى تأثيرها على الجمهور.

المكون	التوضيح
السياق	البيئة السياسية والاجتماعية التي تُؤطّر الرسائل وتُحدد معناها.

سادسًا: الأهداف

تشكل الأهداف الغاية النهائية لأي عملية اتصال سياسي، وهي التي تحدد صياغة الرسائل واختيار القنوات والفئات المستهدفة. فقد تكون الأهداف قصيرة المدى، مثل حشد التأييد لقانون أو قرار، أو طويلة المدى مثل بناء صورة إيجابية للنظام السياسي. وتتراوح الأهداف بين التأثير في الرأي العام، والإقناع، وصناعة الشرعية، وهي المعيار الذي يُقاس به نجاح أو فشل العملية الاتصالية في نهاية المطاف.

المكون	التوضيح
الأهداف	الغايات التي يسعى الفاعلون لتحقيقها عبر الاتصال السياسي.

توضّح المكوّنات السابقة أن الاتصال السياسي ليس مجرد عملية خطية تنتقل فيها الرسائل من مرسل إلى متلقٍ، بل هو منظومة متكاملة تتفاعل فيها عناصر متعددة. فالفاعلون يصوغون محتوى الرسائل، والقنوات تنقلها إلى الجمهور، والسياق يحدد معناها ودلالاتها، بينما تضبط الأهداف اتجاه العملية الاتصالية ونتائجها. وأي اختلال في أحد هذه المكوّنات يضعف فعالية الاتصال السياسي ويحدّ من قدرته على التأثير والإقناع. ومن ثمّ، فإن تحليل بنية الاتصال السياسي يتطلب النظر إلى هذه المكوّنات باعتبارها وحدة مترابطة تفسّر حركته داخل المجال العام.

في المقابل، يشير بعض الباحثين إلى إمكانية إضافة عناصر أخرى إلى النموذج التقليدي، مثل التغذية الراجعة التي تعكس استجابة الجمهور للرسائل، أو الإطار الزمني الذي يرتبط بتوقيت إطلاق الخطاب، أو الوسائط التقنية التي تختلف عن القنوات بوصفها أدوات إنتاج وتأطير للرسائل[20]. كما يعتبر آخرون أن اللغة والرموز تشكّل مكوّنًا مستقلاً بذاته[21]. ومع ذلك، تجمع أغلب الأدبيات على أن المكوّنات الستة الأساسية – الفاعلون، الرسائل، القنوات، الجمهور، السياق، والأهداف – تظل

كافية لبناء إطار تحليلي متماسك لفهم الاتصال السياسي.

خاتمة الفصل الثاني

بين هذا الفصل أن الاتصال السياسي يمتلك خصائص مميزة تمنحه طابعه الخاص داخل المجال العام، وأن أهميته تتجاوز نقل المعلومات لتشمل صناعة الشرعية، وتعزيز المشاركة، وإدارة الأزمات، والتأثير في الرأي العام، وبناء صورة الدولة خارجيًا. كما بيّن أن ممارسة الاتصال السياسي ليست فعلاً حرًا، بل تخضع لمحددات سياسية وإعلامية وثقافية واقتصادية وقانونية وتكنولوجية تشكل إطاره وتحدد فعاليته. وتبيّن كذلك أن مكوّناته الأساسية – الفاعلون والرسائل والقنوات والجمهور والسياق والأهداف – تعمل في تفاعل مستمر يحدد قوة الاتصال السياسي وقدرته على التأثير. ومن خلال هذا البناء البنيوي، يتضح أن الاتصال السياسي يمثل منظومة متكاملة لفهم آليات اشتغال السياسة ذاتها، وهو ما يمهّد للانتقال إلى الفصل الثالث الذي يتناول النظريات المفسّرة للاتصال السياسي ويقدّم الأسس النظرية التي تستند إليها هذه البنية.

الفصل الثالث

النظريات المفسّرة للاتصال السياسي



يقدّم هذا الفصل إطارًا نظريًا متكاملاً لفهم الاتصال السياسي، إذ تُظهر النظريات الكلاسيكية تركيزها على دور الإعلام والجمهور في تشكيل الرأي العام، بينما تكشف المقاربات التفاعلية عن أهمية البعد التأويلي والاجتماعي في استقبال الرسائل. وتُدرج النظريات النقدية والخطابية قضايا الأيديولوجيا والسلطة والشرعية ضمن منظومة التحليل، قبل أن تبرز النظريات الرقمية التي أحدثتها الثورة التكنولوجية في أنماط الاتصال السياسي. وبذلك يجمع الفصل بين مدارس فكرية متعددة تعكس انتقال البحوث من التصورات الأحادية إلى المقاربات التفاعلية والنقدية والرقمية. ولا يهدف هذا العرض إلى التتبع التاريخي فحسب، بل إلى بيان كيفية تكامل هذه النظريات في تفسير الاتصال السياسي ضمن سياقاته المتغيرة.

المبحث الأول: النظريات الكلاسيكية في الاتصال السياسي

يُمثل هذا المبحث مدخلاً أساسيًا لفهم أهم النظريات الكلاسيكية التي شكّلت الإطار المرجعي لدراسات الاتصال السياسي منذ منتصف القرن العشرين، حيث جاءت هذه النظريات في سياقات فكرية واجتماعية مختلفة، لتعالج قضايا جوهرية تتعلق بدور الإعلام في العملية السياسية، ويضم هذا المبحث ثلاث نظريات رئيسية:

- ❖ نظرية الاستخدامات والإشباعات
- ❖ نظرية الاعتماد
- ❖ نظرية ترتيب الأولويات

نظرية الاستخدامات والإشباعات

أولاً: السياق التاريخي

ظهرت هذه النظرية في ستينيات وسبعينيات القرن العشرين، في ظل سياق تحوّل الدراسات الاتصالية من التركيز على التأثير المباشر لوسائل الإعلام إلى اعتبار

الجمهور فاعلاً نشطًا يسعى وراء حاجاته الاتصالية[21]. وقد أسهم في صياغتها وتطويرها عدد من الباحثين أبرزهم[22]:

- إليهو كاتز
- جاي بلوملر
- مايكل غروفيتش

وتندرج هذه النظرية ضمن بحوث الاتصال الجماهيري، مع تداخلها مع علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، نظرًا لاهتمامها بدوافع الاستخدام الفردية والجماعية [23]، ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	ستينيات وسبعينيات القرن العشرين
أبرز المنظّرين	إليهو كاتز - جاي بلوملر - مايكل غروفيتش
المجال العلمي	الاتصال الجماهيري - علم الاجتماع - علم النفس الاجتماعي
خلفية الظهور	رد فعل على نظريات التأثير القوي للإعلام
الفكرة الأساسية	الجمهور نشط ويختار الوسيلة حسب حاجاته

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز النظرية على فرضية رئيسية مفادها أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم المختلفة، وأنهم فاعلون في اختيار الوسيلة والمحتوى. ويتمحور سؤالها المركزي بالشكل التالي: لماذا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام؟ وما الذي يبحث عنه؟ [24]. وتقدّم النظرية إجابة عن هذا السؤال من خلال تصنيف الحاجات التي يسعى الأفراد إلى إشباعها، والتي تشمل المفاهيم التالية [25]:

- الإشباع المعرفي
- الحاجة الوجدانية

- ❖ الهوية والانتماء
- ❖ العلاقات الاجتماعية

وعليه، تتضح أهم الفرضيات والمفاهيم الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	لماذا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام؟
الفرضية الأساسية	الجمهور نشط ويحدد اختياراته
المفاهيم المحورية	الإشباع المعرفي – الوجداني – الهوية – العلاقات الاجتماعية

ثالثًا: القيمة العلمية

قدّمت هذه النظرية نقلة نوعية في حقل الاتصال، إذ غيّرت السؤال المركزي من: (ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟) إلى: (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟)، وهو تحول جعل الدراسات الاتصالية أكثر تركيزًا على الجمهور. كما فتحت الباب أمام بحوث ميدانية واسعة حول دوافع الاستخدام[26]. لذا، تساعد هذه النظرية سياسيًا على تفسير أنماط متابعة الجمهور للقنوات الإخبارية أثناء الأزمات، أو مشاركته في وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية والانتماء السياسي[27]. لذا، تتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	نقل مركز الاهتمام نحو الجمهور النشط
مجالات الإضافة	بحوث الجمهور – الدراسات الميدانية – الاتصال السياسي
التطبيقات السياسية	الحملات الانتخابية، الإعلام الرقمي، تشكيل الهوية السياسية

رابعًا: الانتقادات

رغم أهميتها التأسيسية، وُجهت للنظرية عدة انتقادات لعل أبرزها[28]:

أبرز الانتقادات	❖ المبالغة في اعتبار الجمهور نشطًا دائمًا ❖ صعوبة قياس الدوافع والإشباعات بدقة علمية ❖ تجاهل السياقات الاجتماعية والسياسية ❖ ضعف قدرتها على تفسير التأثير البنيوي ❖ حاجتها للتكامل مع نظريات أحدث (الاعتماد – الإطار)

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

أولًا: السياق التاريخي

تبلورت هذه النظرية في أواخر السبعينيات من القرن العشرين مع أعمال الباحثين[29]:

- ❖ سوزان بول روكيتش
- ❖ ميلفن دوفلور

حيث أتى ذلك في سياق نقاشات أكاديمية حول قوة وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة. وقد جاءت هذه النظرية لتفسير العلاقة المتغيرة بين الإعلام والجمهور تبعًا لمدى الاستقرار أو الأزمات داخل المجتمع. فخلافًا لنظرية الاستخدامات والإشباعات التي ركزت على الحاجات الفردية، اهتمت هذه النظرية بالروابط البنيوية التي تجعل الجمهور أكثر اعتمادًا على الإعلام في أوقات محددة [30]. وهي بذلك تنتمي إلى حقل الاتصال الجماهيري. ويمكن إبراز السياق التاريخي للنظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	أواخر السبعينيات من القرن العشرين
أبرز المنظّرين	سوزان بول روكيتش – ميلفن دوفلور
المجال العلمي	الاتصال الجماهيري – علم الاجتماع السياسي
خلفية الظهور	الحاجة لفهم العلاقة البنيوية بين الإعلام والجمهور
الفكرة الأساسية	الاعتماد على الإعلام يزداد في أوقات الأزمات والتحولات

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

تفترض النظرية أن قوة تأثير الإعلام ليست ثابتة، بل تتغير حسب درجة اعتماد الجمهور عليه. ويزداد هذا الاعتماد عندما تقل بدائل المعلومات، أو في حالات الأزمات والحروب، أو عندما تكون الأحداث غامضة ومعقدة[31]. كما تجيب النظرية على أسئلة محورية مثل: متى يصبح الإعلام أكثر تأثيرًا؟ وما العوامل التي تحدد مستوى اعتماد الجمهور عليه؟[32]، وهنا، تظهر الفرضيات الأساسية التي بُنيت عليها النظرية في الجدول التالي:

السؤال المركزي	متى يصبح الإعلام أكثر تأثيرًا؟
الفرضية الأساسية	زيادة الاعتماد على الإعلام = زيادة التأثير
العوامل المحورية	الأزمات – نقص البدائل – تعقيد الأحداث
طبيعة العلاقة	متغيرة تبعًا للظروف الاجتماعية والسياسية

ثالثًا: القيمة العلمية

تتمثل القيمة العلمية للنظرية في نقل النقاش من التركيز على دوافع الاستخدام الفردية (كما في الاستخدامات والإشباعات) إلى دراسة الأبعاد البنيوية للعلاقة بين الإعلام والمجتمع. وهي بذلك، تقدم إطارًا لفهم حالات تزايد نفوذ الإعلام في الأزمات السياسية والاقتصادية[33]. أما في التطبيقات السياسية، فقد برزت

أهميتها في تفسير اعتماد المواطنين على الإعلام خلال الثورات، أو في الحملات الانتخابية[34]، حيث يشكل الإعلام المصدر الرئيس للمعلومة السياسية. وتُبيّن القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	دمج العلاقة الإعلامية بالبعد البنيوي والاجتماعي
مجالات الإضافة	دراسات الأزمات - بحوث الاعتماد - الإعلام السياسي
التطبيقات السياسية	الثورات - الحملات الانتخابية - الأزمات الدولية

رابعًا: الانتقادات

رغم قيمتها التفسيرية، تعرضت هذه النظرية لانتقادات عديدة لعل أهمها[35]:

أبرز الانتقادات	❖ صعوبة قياس مفهوم "الاعتماد" بدقة علمية ❖ المبالغة في تقدير قوة الإعلام ❖ إغفال تنامي البدائل المعلوماتية (الرقمية) ❖ التركيز على السياق الكلي وإهمال الفروق الفردية ❖ ضعف القدرة على التنبؤ في بيئة الإعلام الجديد

وعليه، توضح هذه الانتقادات أن النظرية مفيدة لفهم أزمنة الأزمات، لكنها أقل فاعلية في تفسير السلوك الاتصالي في المجتمعات الرقمية الحديثة. لذا تبقى قيمتها تاريخية وتأسيسية، لكنها تحتاج إلى تطوير أو دمج مع نظريات حديثة لتواكب تحولات الاتصال السياسي المعاصر.

نظرية ترتيب الأولويات

أولًا: السياق التاريخي

ظهرت هذه النظرية مطلع السبعينيات من القرن العشرين على يد الباحثين[36]:

- ماكسويل ماكومبس
- دونالد شاو

من خلال دراستهما الشهيرة للحملة الانتخابية الأمريكية سنة 1972. وقد جاءت كرد فعل على محدودية النظريات التي ركزت على دوافع الجمهور الفردية، حيث اهتمت بتوضيح قدرة وسائل الإعلام على التأثير في ترتيب أولويات القضايا العامة[37]. وتندرج هذه النظرية ضمن بحوث الاتصال الجماهيري والسياسة الإعلامية، مع ارتباط وثيق بعلم الاجتماع السياسي[38]. ويمكن بذلك تلخيص السياق التاريخي لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	مطلع السبعينيات من القرن العشرين
أبرز المنظّرين	ماكسويل ماكومبس – دونالد شاو
المجال العلمي	الاتصال الجماهيري – الإعلام السياسي – علم الاجتماع السياسي
خلفية الظهور	دراسة الحملات الانتخابية الأمريكية
الفكرة الأساسية	الإعلام لا يحدد ماذا نفكر، بل يحدد حول ماذا نفك

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز النظرية على فرضية مفادها؛ أن هناك علاقة قوية بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات الجمهور[39]، أي أن القضايا التي تحظى بتغطية إعلامية كثيفة تصبح أكثر حضورًا في أذهان الناس. وتجيب النظرية عن أسئلة مثل: ما القضايا التي يفكر فيها الناس؟ وكيف يحدد الإعلام جدول أعمال النقاش العام؟ ومن أهم مفاهيمها: ترتيب القضايا وترتيب السمات[40]، وتظهر الفرضيات والمنطلقات النظرية بشكل موجز كما يلي:

السؤال المركزي	ما القضايا التي يفكر فيها الناس؟
الفرضية الأساسية	الإعلام يؤثر على ترتيب أولويات الجمهور
المفاهيم المحورية	ترتيب القضايا – ترتيب السمات
طبيعة العلاقة	الإعلام يحدد موضوعات التفكير لا مواقف التفكير

ثالثًا: القيمة العلمية

تكمن القيمة العلمية للنظرية في كونها جسرت الفجوة بين تصورين متناقضين: الإعلام القوي والإعلام الضعيف. فهي ترى أن الإعلام لا يغرس الأفكار مباشرة لكنه يحدد أولويات القضايا[41]. أما سياسيًا، فقد ساعدت هذه النظرية على فهم آلية استخدام الإعلام في الحملات الانتخابية لتوجيه انتباه الناخبين، وكذلك في حالة الأزمات حيث يتم تضخيم قضايا معينة وتجاهل أخرى من منطلق سياسي. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	نقل النقاش إلى دور الإعلام في صياغة الأجندة
مجالات الإضافة	الحملات الانتخابية – دراسات الرأي العام – بحوث الإعلام السياسي
التطبيقات السياسية	إبراز قضايا الفساد، الأمن، البطالة إلخ، لتصبح أولويات عامة

رابعًا: الانتقادات

رغم تأثيرها التفسيري، تعرضت هذه النظرية لانتقادات متعددة لعل أهمها [42]:

أبرز الانتقادات	❖ الإعلام يتأثر بدوره بأجندات النخب السياسية والاقتصادية ❖ قوة التأثير تختلف حسب نوع القضايا والجمهور ❖ النظرية تركز على ما نفكر فيه وتتجاهل كيف يفكر (الإطار) ❖ ضعف صلاحيتها في البيئات الرقمية حيث تعدد مصادر المعلومات

المبحث الثاني: النظريات التفاعلية في الاتصال السياسي

يأتي هذا المبحث ليُبرز التحول من النظريات الكلاسيكية التي ركزت على التأثير المباشر أو الحاجات الفردية للجمهور، إلى النظريات التفاعلية التي أولت اهتمامًا أكبر بعملية التفسير والتفاعل الاجتماعي. فقد أصبح الاتصال السياسي يُفهم باعتباره سيرورة معقدة لا تتوقف عند حدود الرسالة الإعلامية، بل تشمل كيفية تلقيها وتأويلها في سياقات ثقافية واجتماعية وسياسية متباينة. وتضم هذه النظريات ثلاث مقاربات رئيسية:

- نظرية التلقي النشط
- نظرية الحلزون الصامت – الصمت
- نظرية الإطار

نظرية التلقي النشط

أولاً: السياق التاريخي

ظهرت نظرية التلقي النشط خلال سبعينيات وثمانينيات القرن العشرين، كرد فعل على الطرح الكلاسيكي الذي كان يركز على التأثير المباشر للإعلام أو على دوافع الاستخدام الفردية[43]. وقد برزت هذه النظرية خصوصًا مع مدرسة برمنغهام البريطانية ودراسات الثقافة الجماهيرية، حيث أسهم ستيوارت هول في بلورة نموذج التشفير – الفكّ، الذي يؤكد أن الرسالة الإعلامية ليست ذات معنى واحد، بل تُنتج معاني متعددة حسب تأويل الجمهور[44]. وتندرج النظرية ضمن حقول الاتصال الجماهيري والدراسات الثقافية. وهنا، يمكن تلخيص المعطيات التاريخية للنظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	سبعينيات – ثمانينيات القرن العشرين
أبرز المنظّرين	ستيوارت هول – مدرسة برمنغهام
المجال العلمي	الاتصال الجماهيري – الدراسات الثقافية
خلفية الظهور	نقد التصورات التي تركز على التأثير الأحادي للإعلام
الفكرة الأساسية	الجمهور يفسر الرسائل وفق خبراته وسياقاته الاجتماعية

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز نظرية التلقي النشط على فرضية مفادها أن الجمهور ليس متلقيًا سلبيًا، بل يشارك في إنتاج المعنى من خلال تفسير الرسائل الإعلامية. وبالتالي تجيب النظرية على أسئلة مثل: كيف يفسر الجمهور الرسائل الإعلامية؟ ولماذا يختلف التفسير بين فئة وأخرى؟[45]، ومن أهم مفاهيمها[46]:

- التشفير – الفكّ
- القراءات المهيمنة
- القراءات المعارضة
- القراءات التفاوضية

وعليه، تتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف يفسر الجمهور الرسائل الإعلامية؟
الفرضية الأساسية	المعنى يُنتج عبر التفاعل بين النص والجمهور
المفاهيم المحورية	التشفير (الفكّ) – القراءات المهيمنة – المعارضة – التفاوضية
طبيعة الجمهور	فاعل ومؤوِّل للرسائل

ثالثًا: القيمة العلمية

تكمن القيمة العلمية للنظرية في إرساء مفهوم «الجمهور النشط القائم على التأويل» بدل «الجمهور المتلقي السلبي». وقد أسهمت هذه النظرية في إدخال الدراسات الثقافية إلى حقل الاتصال، مع التركيز على السياقات الاجتماعية التي تؤثر على عملية التفسير. أما في المجال السياسي، فتساعد النظرية على فهم تباين استجابات الجمهور لخطابات المرشحين، أو اختلاف قراءات الأحداث الكبرى بين جماعات سياسية مختلفة[47]. لذا، تتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	إدخال التفسير والتأويل إلى بحوث الاتصال
مجالات الإضافة	الدراسات الثقافية – بحوث الجمهور – تحليل الخطاب
التطبيقات السياسية	فهم تباين قراءات الحملات الانتخابية أو الأزمات السياسية

رابعًا: الانتقادات

رغم أهميتها، تعرضت النظرية لانتقادات تمثلت في الآتي[48]:

أبرز الانتقادات	❖ صعوبة قياس أنماط القراءات (مهيمنة – معارضة – تفاوضية) ❖ المبالغة في التأويل لدى الجمهور ❖ تجاهل تأثير البنى الاقتصادية والسياسية على عملية التلقي ❖ ضعف التنبؤ بمدى الانتشار الفعلي للقراءات المعارضة

توضح هذه الانتقادات أن النظرية تقدم مساهمة نوعية في إبراز دور الجمهور، لكنها تحتاج إلى التكامل مع نظريات أخرى (مثل نظرية الإطار) لإدماج تأثير البنى الاجتماعية والسياسية في تفسير عملية التلقي.

نظرية الصمت

أولًا: السياق التاريخي

ظهرت نظرية الحلزون الصامت (الصمت) في منتصف السبعينيات على يد الباحثة الألمانية إليزابيث نويل - نيومان، في سياق بحثها حول تكوين الرأي العام خلال الحملات الانتخابية والإعلام السياسي في ألمانيا. وقد ركزت على تفسير سبب ميل الأفراد إلى إخفاء آرائهم عندما يشعرون بأنها مخالفة للرأي السائد، خشية العزلة الاجتماعية[49]. وتُعتبر هذه النظرية من أهم إسهامات بحوث الإعلام السياسي والاجتماعي في القرن العشرين. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية للنظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	منتصف السبعينيات
أبرز المنظّرين	إليزابيث نويل - نيومان
المجال العلمي	الإعلام السياسي - علم الاجتماع - بحوث الرأي العام
خلفية الظهور	دراسة الحملات الانتخابية وتكوين الرأي العام
الفكرة الأساسية	الأفراد يصمتون عن آرائهم المخالفة خشية العزلة الاجتماعية

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز النظرية على فرضية مفادها أن الأفراد لديهم «حسّ شبه إحصائي» يدركون من خلاله ما إذا كانت آراؤهم في الأغلبية أو الأقلية. فإذا شعروا بأنهم في موقف ضعيف، فضلوا الصمت خشية النبذ الاجتماعي[50]. وتجيب النظرية عن عدة أسئلة منها: لماذا لا يُعبّر بعض الناس عن آرائهم علنًا؟ وكيف يسهم الإعلام في تعزيز هذا الصمت؟[51]، وتتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	لماذا يلتزم الأفراد الصمت عندما يخالف رأيهم الأغلبية؟
الفرضية الأساسية	الخوف من العزلة الاجتماعية يدفع الأفراد للصمت
المفاهيم المحورية	الحس شبه الإحصائي – الرأي السائد – الرأي المهمّش
طبيعة الجمهور	مراقِب للرأي العام ومتأثر بالخوف الاجتماعي

ثالثًا: القيمة العلمية

تتمثل القيمة العلمية للنظرية في إدماج البعد الاجتماعي والنفسي في بحوث الاتصال، وشرح كيف يتشكل الرأي العام في ظل تأثير الإعلام والمجتمع. أما سياسيًا، فتوضح النظرية لماذا تبدو بعض الآراء مختفية رغم وجود مؤيدين لها، كما في حالات القمع السياسي أو الحملات الانتخابية التي يسيطر عليها خطاب واحد[52]. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	إدماج الخوف من العزلة في تفسير تكوين الرأي العام
مجالات الإضافة	بحوث الرأي العام – الحملات الانتخابية – الإعلام السياسي
التطبيقات السياسية	تفسير الصمت الشعبي في أجواء الاستبداد أو الحملات الدعائية

خامسًا: الانتقادات

رغم أهميتها، تعرضت النظرية لانتقادات كما في الجدول الآتي [53]:

أبرز الانتقادات	❖ المبالغة في قوة الخوف من العزلة الاجتماعية ❖ إغفال وجود فئات جريئة أو معارضة لا تخشى العزلة ❖ تجاهل العوامل الثقافية والسياسية المؤثرة في التعبير ❖ ضعف صلاحية النظرية في ظل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل

نظرية الإطار

أولًا: السياق التاريخي

ظهرت نظرية الإطار في ثمانينيات وتسعينيات القرن العشرين، كامتداد لبحوث علم الاجتماع والإعلام، وخصوصًا في أعمال إرفنغ غوفمان، الذي قدّم مفهوم «الإطار» لفهم كيفية تنظيم الأفراد لتجاربهم، ثم طُورت لاحقًا في بحوث الإعلام السياسي على يد باحثين مثل إنتمن، وتركز النظرية على أن وسائل الإعلام لا تنقل الحقائق فقط، بل تعيد صياغتها داخل «إطارات» تحدد طريقة فهم الجمهور للقضايا [54]. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية للنظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	ثمانينيات – تسعينيات القرن العشرين
أبرز المنظّرين	إرفنغ غوفمان – روبرت إنتمن
المجال العلمي	علم الاجتماع – الإعلام السياسي
خلفية الظهور	تطوير مفهوم "الإطار" لفهم التأثير غير المباشر للإعلام
الفكرة الأساسية	الإعلام يصوغ القضايا من خلال إطارات تفسيرية

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز النظرية على فرضية مفادها أن الطريقة التي يُعرض بها موضوع ما، تؤثر في تفسير الجمهور له. فالإطار ليس مجرد اختيار كلمات، بل هو زاوية تفسيرية تحدد المسؤولية، والحلول، والانفعالات. ومن أهم مفاهيمه: إطار المسؤولية، إطار الحلول، الإطار القيمي، والإطار العاطفي[55]. وعليه، تتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف تؤثر طريقة عرض القضايا على تفسير الجمهور لها؟
الفرضية الأساسية	صياغة الإعلام للقضية تحدد كيفية فهمها
المفاهيم المحورية	إطار المسؤولية – إطار الحلول – الإطار القيمي – الإطار العاطفي
طبيعة الجمهور	متأثر بزاوية الطرح الإعلامي للقضايا

ثالثًا: القيمة العلمية

تتمثل القيمة العلمية للنظرية في توضيح كيف يمكن للإعلام أن يمارس تأثيرًا غير مباشر من خلال صياغة المعاني. وقد أضافت بذلك بعدًا جديدًا لبحوث الاتصال السياسي من خلال دمج تحليل الخطاب بالإعلام. أما في المجال السياسي، فتُظهر النظرية أهميتها في فهم كيفية استخدام الإعلام للإطارات لإبراز قضايا مثل الفساد، الأمن، أو الهجرة[56]. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	إبراز التأثير غير المباشر للإعلام عبر الإطارات
مجالات الإضافة	تحليل الخطاب – الإعلام السياسي – دراسات الأزمات
التطبيقات السياسية	فهم كيف تُقدَّم القضايا (فساد، أمن، هجرة) عبر الإعلام

رابعًا: الانتقادات

رغم أهميتها، تعرضت النظرية لعدة انتقادات، لعل أبرزها[57]:

أبرز الانتقادات	❖ غموض مفهوم "الإطار" وتعدد تعريفاته ❖ صعوبة قياس الإطارات بشكل تجريبي دقيق ❖ المبالغة في تأثير الإعلام وتجاهل مقاومة الجمهور ❖ ضعف التنبؤ بمدى ثبات أو تغير الإطارات مع الزمن

المبحث الثالث: النظريات النقدية والخطابية في الاتصال السياسي

يقدّم هذا المبحث منظورًا نقديًا وخطابيًا لفهم الاتصال السياسي بوصفه صراعًا على المعنى وأداة لبناء الشرعية. ويأتي هذا المبحث بعد المقاربات الكلاسيكية والتفاعلية، حيث تنتقل العدسة إلى تحليل البُنى الأيديولوجية التي تشكّل الرسائل وتوجّه استقبالها. وتضم هذه النظريات ثلاث مقاربات رئيسية:

- ❖ النظرية النقدية وتحليل الخطاب السياسي
- ❖ نظرية الهيمنة الثقافية
- ❖ نظرية الفعل التواصلي

النظرية النقدية

أولًا: السياق التاريخي

ظهرت النظرية النقدية في ثلاثينيات القرن العشرين على يد مدرسة فرانكفورت التي جمعت مفكرين بارزين مثل[58]:

- ❖ ماكس هوركهايمر
- ❖ ثيودور أدورنو
- ❖ هربرت ماركوز

حيث جاء ظهورها في سياق اجتماعي وسياسي اتسم بانتشار الأنظمة الشمولية كـ (النازية والفاشية)، وبروز ما يُعرف بالرأسمالية الاحتكارية، إلى جانب ازدياد دور الإعلام والثقافة الجماهيرية في تشكيل الرأي العام[59]. ولقد اعتبر مفكرو هذه المدرسة أن الثقافة الشعبية لم تعد بريئة أو محايدة، بل أصبحت جزءًا من صناعة تخدم مصالح النخب السياسية والاقتصادية[60]. وبهذا انتقلت الدراسات الاتصالية

من النظر إلى الإعلام كوسيلة للتأثير المباشر إلى اعتباره أداة لإعادة إنتاج الهيمنة وترسيخ السيطرة الأيديولوجية. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	ثلاثينيات القرن العشرين
أبرز المنظّرين	هوركهايمر – أدورنو – ماركوز – هابرماس
المجال العلمي	الفلسفة الاجتماعية – علم الاجتماع – الدراسات الإعلامية
خلفية الظهور	صعود الشمولية، نقد الرأسمالية، تعاظم دور الإعلام
الفكرة الأساسية	الإعلام والخطاب السياسي أدوات لإعادة إنتاج السيطرة الأيديولوجي

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز النظرية النقدية على فرضية رئيسية مفادها أن الاتصال ليس عملية محايدة، بل محمّل بالقيم والأيديولوجيا. وترى أن وسائل الإعلام تعمل على إعادة إنتاج السيطرة الاجتماعية والسياسية، حيث يتم تقديم الخطاب السياسي على أنه موضوعي في حين أنه يخدم مصالح الفئات المهيمنة[61]. وتتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف يُستخدم الإعلام والخطاب السياسي كأداة للهيمنة الأيديولوجية؟
الفرضية الأساسية	الاتصال عملية محمّلة بالقيم والأيديولوجيا وليست محايدة
المفاهيم المحورية	الهيمنة – الأيديولوجيا – صناعة الثقافة – التلاعب بالوعي
طبيعة الجمهور	محدود الحرية التأويلية، محاصر بالأطر الأيديولوجية للنظام

ثالثًا: القيمة العلمية

قدمت النظرية النقدية إسهامًا علميًا بفضل إدماجها البعد الأيديولوجي في بحوث

الاتصال السياسي. فهي لم تكتفِ بدراسة تأثير الرسائل على الأفراد، بل ذهبت إلى تحليل الخطاب بوصفه انعكاسًا وصانعًا للبنى السلطوية[62]. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	إدماج البعد الأيديولوجي في دراسة الاتصال السياسي
مجالات الإضافة	التحليل النقدي للخطاب – دراسات الإعلام والدعاية – نقد الثقافة الجماهيرية
التطبيقات السياسية	كشف خطاب الشرعية السياسية – تحليل الحملات الانتخابية – دراسة الدعاية الحربية

رابعًا: الانتقادات

رغم قوتها، تعرّضت النظرية النقدية لانتقادات تظهر معنا في الجدول الآتي[63]:

أبرز الانتقادات	❖ نزعة تشاؤمية مفرطة تجاه الإعلام ودوره ❖ افتراض سلبية الجمهور وعدم قدرته على المقاومة ❖ طابع فلسفي مجرد وصعوبة اختبارها تجريبيًا ❖ إغفال العوامل التقنية والعملية في الاتصال ❖ التركيز على الأيديولوجيا وإهمال حركتها التفاعلية

تبرز هذه الانتقادات أن النظرية النقدية رغم عمقها النظري، قدّمت صورة قاتمة عن الإعلام والجمهور. فهي ترى أن الخطاب ينجح دائمًا في فرض هيمنته، دون أن تمنح مساحة كافية للتعددية أو المقاومة. لذلك، فإن قيمتها الأساسية تكمن في كشف البُنى السلطوية، لكنها تحتاج إلى التكامل مع نظريات أخرى تُبرز أبعاد التفاعل والحرية التأويلية للجمهور.

نظرية الهيمنة الثقافية

أولًا: السياق التاريخي

ترتبط نظرية الهيمنة الثقافية بالإيطالي أنطونيو غرامشي (1891 – 1973)، الذي طورها خلال نضاله السياسي ضد الفاشية في إيطاليا. وقد ظهرت هذه النظرية في «دفاتر السجن» التي كتبها غرامشي وهو معتقل، حيث سعى إلى تفسير لماذا لم تتحقق الثورة العمالية في أوروبا الغربية كما توقع ماركس، رغم تفاقم الاستغلال الاقتصادي[64]. فقد انطلق غرامشي من فكرة أن السيطرة لا تُمارَس فقط بالقوة المادية أو العنف السياسي، بل أيضًا من خلال الهيمنة الثقافية، أي سيطرة الطبقات الحاكمة على مؤسسات إنتاج المعنى (المدرسة، دور العبادة، الإعلام) بما يجعل رؤيتها للعالم تُقدَّم كأنها «الحس العام» الطبيعي[65]. ومن هنا أصبحت الثقافة أداة جوهرية في الصراع السياسي، وأضحى الاتصال السياسي والإعلام في قلب عملية إنتاج الشرعية والرضا الاجتماعي. ومن هنا، يمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	عشرينيات – ثلاثينيات القرن العشرين
أبرز المنظّر	أنطونيو غرامشي
المجال العلمي	الفلسفة السياسية – علم الاجتماع – الدراسات الثقافية
خلفية الظهور	تفسير فشل الثورة الماركسية – نقد الفاشية – تحليل دور الثقافة
الفكرة الأساسية	السيطرة السياسية تتحقق عبر الهيمنة الثقافية وليس القوة فقط

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز نظرية الهيمنة الثقافية على فرضية أن الطبقة المهيمنة تحافظ على سلطتها من خلال السيطرة على الوعي الاجتماعي، وذلك عبر المؤسسات الثقافية والتربوية والإعلامية. فالهيمنة ليست مجرد هيمنة مادية، بل قبل كل شيء هيمنة رمزية[66].

وتتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف تُحافظ النخب على سلطتها عبر الهيمنة الثقافية؟
الفرضية الأساسية	السيطرة تُمارس عبر بناء الرضا والقبول الاجتماعي، لا بالقوة فقط
المفاهيم المحورية	الهيمنة – الحس العام – المثقفون العضويون – مؤسسات المجتمع المدني
طبيعة الجمهور	جمهور خاضع للهيمنة لكنه قادر على المقاومة عبر الوعي البديل

ثالثًا: القيمة العلمية

تُعد نظرية الهيمنة الثقافية من أبرز الإسهامات في الفكر السياسي المعاصر، لأنها أبرزت دور الثقافة والاتصال في بناء السلطة. وقد ألهمت هذه النظرية العديد من الدراسات النقدية والثقافية في تحليل الإعلام والسياسة [67]. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	إدماج البعد الثقافي في فهم السلطة السياسية
مجالات الإضافة	الدراسات الثقافية – التحليل الأيديولوجي للإعلام – علم الاجتماع السياسي
التطبيقات السياسية	تحليل الحملات الدعائية – فهم دور الإعلام في إنتاج الشرعية – تفسير سيطرة الأيديولوجيات

رابعًا: الانتقادات

رغم أهميتها، تعرضت نظرية الهيمنة الثقافية لانتقادات تتعلق بطابعها الماركسي العام وصعوبة اختبارها ميدانيًا. أما أبرز الانتقادات التي وُجّهت إلى النظرية فتظهر في الجدول الآتي[68]:

أبرز الانتقادات	❖ تركيز مفرط على الصراع الطبقي والأيديولوجيا ❖ صعوبة التحقق التجريبي من مفهوم "الهيمنة" ❖ إغفال دور العوامل الفردية والنفسية في التلقي ❖ الميل إلى المبالغة في قوة النخب على السيطرة ❖ ضعف الأدوات المنهجية لقياس "الحس العام"

تبرز هذه الانتقادات حدود النظرية، خاصة في المجتمعات المعاصرة حيث تنوّعت مصادر المعلومات وضعفت سيطرة الدولة على الإعلام بفعل الوسائط الرقمية. ومع ذلك، تظل نظرية الهيمنة الثقافية إطارًا حيويًا لفهم كيفية استخدام الاتصال السياسي والثقافي لبناء السلطة والحفاظ عليها.

نظرية الفعل التواصلي

أولاً: السياق التاريخي

ترتبط هذه النظرية بالفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني يورغن هابرماس، الذي يعد من أبرز ممثلي الجيل الثاني لمدرسة فرانكفورت، حيث ظهرت النظرية في ثمانينيات القرن العشرين مع كتابه «نظرية الفعل التواصلي» (1981)، كرد فعل على النزعة التشاؤمية للنظرية النقدية الكلاسيكية التي ركزت على الهيمنة والأيديولوجيا وأغفلت إمكانات التواصل العقلاني[69]. وقد سعى هابرماس إلى تقديم تصور بديل يرى أن الاتصال ليس فقط وسيلة للسيطرة أو التلاعب، بل يمكن أن يكون أداة لبناء التفاهم العقلاني والتوافق الديمقراطي. وبهذا انتقلت النظرية النقدية من التركيز على الأيديولوجيا إلى الاهتمام بالشروط المثالية للحوار السياسي [70]. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	ثمانينيات القرن العشرين (1981)
أبرز المنظّر	يورغن هابرماس
المجال العلمي	الفلسفة الاجتماعية – علم الاجتماع – الدراسات الاتصالية
خلفية الظهور	تجاوز النزعة التشاؤمية لمدرسة فرانكفورت – البحث عن شروط التفاهم
الفكرة الأساسية	الاتصال يمكن أن يكون فعلاً تواصليًا قائمًا على الحوار العقلاني والتوافق

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

ترتكز نظرية الفعل التواصلي على أن البشر قادرون على الوصول إلى التفاهم من خلال الحوار الحر والعقلاني، شريطة أن تكون الظروف ملائمة وخالية من الإكراه. ويرى هابرماس أن الفعل التواصلي يختلف عن الفعل الاستراتيجي: الأول يسعى للتفاهم، والثاني يهدف إلى تحقيق مصالح خاصة حتى على حساب الآخرين[71]. وعليه، تتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف يمكن أن يؤدي الاتصال إلى التفاهم والتوافق بدل الهيمنة؟
الفرضية الأساسية	البشر قادرون على التواصل العقلاني إذا توافرت شروط الحوار المثالي
المفاهيم المحورية	الفعل التواصلي – الفعل الاستراتيجي – الفضاء العمومي – أخلاقيات النقاش
طبيعة الجمهور	فاعل عقلاني، قادر على المشاركة في النقاش الديمقراطي

ثالثًا: القيمة العلمية

قدمت نظرية الفعل التواصلي قيمة علمية من خلال إمكانية تحقيق اتصال ديمقراطي قائم على الحوار والتفاهم. كما ساهمت في تطوير نظرية الديمقراطية التداولية التي أصبحت من أبرز مقاربات الفكر السياسي المعاصر[73]. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	إعادة الاعتبار للتواصل العقلاني كأداة لبناء التفاهم والتوافق
مجالات الإضافة	الفضاء العمومي – الديمقراطية التداولية – أخلاقيات النقاش
التطبيقات السياسية	تعزيز الحوار البرلماني – تطوير النقاش العام – تحليل الخطاب السياسي في الديمقراطيات

رابعاً: الانتقادات

رغم طابعها الإيجابي، واجهت نظرية الفعل التواصلي انتقادات بسبب مثاليتها وصعوبة تطبيقها في الواقع. أما أبرز الانتقادات التي وُجّهت إلى النظرية فتظهر في الجدول الآتي[73]:

أبرز الانتقادات	❖ نزعة مثالية تفترض إمكانية وجود حوار خالٍ من الإكراه ❖ صعوبة تطبيق شروط "الفضاء العمومي المثالي" في الواقع ❖ تجاهل العوامل الاقتصادية والسياسية التي تقيّد النقاش ❖ المبالغة في العقلانية وإغفال الأبعاد العاطفية في الاتصال ❖ محدودية صلاحيتها في المجتمعات السلطوية أو المنقسمة

تبرز هذه الانتقادات أن النظرية تضع نموذجًا معياريًا أكثر منه وصفيًا، فهي تقدم ما ينبغي أن يكون أكثر مما هو كائن. ومع ذلك، فإن قيمتها تكمن في تقديم معيار نقدي يُستخدم لمساءلة الخطاب السياسي والإعلامي: هل يعزز التفاهم والديمقراطية أم يخدم مصالح النخب فقط؟

المبحث الرابع: النظريات الرقمية في الاتصال السياسي

يُعيد هذا المبحث رسم خريطة الاتصال السياسي في بيئة رقمية تحكمها الشبكات والمنصّات والخوارزميات. فبعد أن ركّزت النظريات السابقة على الجمهور والنص والهيمنة، تُبرز النظريات الرقمية كيف تتشكل السلطة الرمزية اليوم عبر بنى الاتصال

الشبكي، وتفاعلات الانتشار الفيروسي، وآليات التخصيص الخوارزمي. ويتناول هذا المبحث ثلاث نظريات رئيسية:

- نظرية الشبكات الاجتماعية
- نظرية الانتشار الفيروسي
- نظرية غرف الصدى والفلترة الخوارزمية

نظرية الشبكات الاجتماعية

أولاً: السياق التاريخي

ظهرت نظرية الشبكات الاجتماعية في سياق التحولات الكبرى التي عرفتها علوم الاجتماع والاتصال منذ منتصف القرن العشرين، ومن أبرز منظري هذه النظرية[74]:

- مارك غرانوفيتر
- لازلو باراباسي
- دنكان واتس
- ستيفن بورغاتي

حيث بدأ الاهتمام بالعلاقات بين الأفراد والجماعات أكثر من دراسة الأفراد في حد ذاتهم. وذلك مع انتشار الإنترنت في تسعينيات القرن الماضي، ثم بروز منصات التواصل الاجتماعي مع مطلع الألفية الثالثة[75]، وبذلك، اكتسبت هذه النظرية زخمًا جديدًا. إذ باتت البنية الشبكية للاتصال السياسي أحد المفاتيح الأساسية لفهم كيفية تدفق المعلومات وتوزيع النفوذ داخل الفضاء الرقمي. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	جذورها في خمسينيات القرن العشرين؛ ثم برزت مع مطلع الألفية الجديدة
أبرز المنظّرين	مارك غرانوفيتر – ألبرت – لازلو باراباسي – دنكان واتس – ستيفن بورغاتي
المجال العلمي	علم الشبكات – علم الاجتماع الحسابي – علوم البيانات
خلفية الظهور	الحاجة لفهم الروابط بين الأفراد والمؤسسات في بيئة رقمية
الفكرة الأساسية	بنية الشبكة تحدد النفوذ وتدفق الرسائل السياسية

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

تقوم نظرية الشبكات الاجتماعية على مجموعة من الفرضيات التي توضّح كيف تؤثر البنية الشبكية في عملية الاتصال السياسي، حيث لم يعد النفوذ يُقاس فقط بحجم الجمهور أو الموارد، بل أيضًا بقدرة الفاعل على شغل موقع استراتيجي داخل الشبكة[76]. ومن هنا تتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف تحدد بنية الشبكة نفوذ الفاعلين وتدفق الرسائل؟
الفرضية الأساسية	الموقع الشبكي (مركزية – جسور) = قوة التأثير
المفاهيم المحورية	المركزية – الروابط الضعيفة – المجتمعات – الكثافة
طبيعة الجمهور	عقد مترابطة تؤثر وتتأثر عبر الروابط الشبكية

ثالثًا: القيمة العلمية

تتمثل القيمة العلمية للنظرية في إدماج أدوات كمية وتفاعلية لتحليل الاتصال السياسي، حيث أصبح بالإمكان تحويل العلاقات الاجتماعية إلى خرائط شبكية قابلة للقياس والتحليل[77]. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي:

القيمة العلمية	تحويل العلاقات الاجتماعية إلى مقاييس كمية قابلة للتحليل
مجالات الإضافة	خرائط النفوذ – تحليل المجتمعات – تتبع تدفق المعلومات
التطبيقات السياسية	استهداف المؤثرين – مكافحة التضليل – تصميم الحملات الانتخابية والرقمية

رابعًا: الانتقادات

رغم دورها التفسيري، فقد تعرضت هذه النظرية إلى عدة انتقادات تتعلق بتركيزها البنيوي المفرط واعتمادها الكبير على الأدوات الحسابية. أما أبرز الانتقادات التي وُجّهت إلى النظرية فتظهر في الجدول الآتي[78]:

أبرز الانتقادات	❖ التركيز البنيوي يغفل المحتوى الثقافي والسياسي للرسائل ❖ صعوبة تتبّع الشبكات المتغيرة باستمرار ❖ نتائج التحليل حساسة لاختيارات العينة والخوارزميات ❖ إهمال دور الخوارزميات في إعادة ترتيب التدفقات

توضح هذه الانتقادات أن النظرية قوية في رسم الخريطة الشبكية لكنها ضعيفة في تفسير التفاعلات الرمزية والمعنوية. كما أن اعتمادها على بيانات ضخمة يجعل نتائجها ظرفية وقابلة للتغيّر السريع، ما يستدعي ربطها بنظريات أخرى تعالج المعنى والتفاعل.

نظرية الانتشار الفيروسي

أولًا: السياق التاريخي

ظهرت هذه المقاربة في ظل انتشار ثقافة الإنترنت منذ تسعينيات القرن العشرين، لكنها اكتسبت قوتها التفسيرية الحقيقية مع صعود وسائل التواصل الاجتماعي بعد عام 2005[79]. فقد بدأ الباحثون يلاحظون أن بعض الرسائل أو الصور أو الشعارات

تنتشر بسرعة هائلة أشبه بانتشار الفيروسات البيولوجية. وارتبط هذا التصور بمصطلح «الميم» الذي صاغه ريتشارد دوكينز في كتابه «الجين الأناني» (1976)، ليشير إلى وحدة الثقافة القابلة للانتقال والتناقل[80]. وفي المجال السياسي، أصبحت الميمات والرسائل الفيروسية أدوات محورية في الحملات الانتخابية والحركات الاحتجاجية. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	التسعينيات؛ ازدهرت بعد 2005 مع صعود السوشيال ميديا
أبرز المنظّرين	ريتشارد دوكينز (مفهوم الميم) – شيفمان – جنكينز
المجال العلمي	الدراسات الثقافية – الإعلام الرقمي – علم الاجتماع السياسي
خلفية الظهور	ملاحظة الانتشار السريع للرسائل في الإنترنت
الفكرة الأساسية	الرسائل تنتشر كالفيروسات وتُعاد صياغتها عبر الميمات

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

تستند النظرية إلى فرضية مفادها أن انتشار الرسائل لا يعتمد فقط على محتواها، بل على قابلية الجمهور لإعادة إنتاجها وتداولها، وعلى البنى التقنية التي تسهّل هذا التداول[81]. وتتضح بذلك أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف ولماذا تنتشر بعض الرسائل بسرعة هائلة في الفضاء الرقمي؟
الفرضية الأساسية	الرسائل تنتشر كالفيروسات عندما تكون قابلة للتقليد والتعديل
المفاهيم المحورية	الفيروسية – الميمات – إعادة المزج – الانتشار التعاوني
طبيعة الجمهور	جمهور مشارك يعيد إنتاج وتعديل الرسائل

ثالثًا: القيمة العلمية

تتمثل القيمة العلمية لهذه النظرية في إبراز حركة الانتشار السريع ودور الثقافة الشعبية الرقمية في السياسة. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية

للنظرية في الجدول الآتي[82]:

القيمة العلمية	كشف آليات الانتشار الثقافي والسياسي عبر الميمات
مجالات الإضافة	الإعلام الرقمي – ثقافة الإنترنت – دراسات التعبئة
التطبيقات السياسية	الحملات الانتخابية الرقمية – حركات الاحتجاج – الدعاية الساخرة

رابعًا: الانتقادات

رغم أهميتها، تعرضت النظرية لانتقادات تتعلق بمحدودية قدرتها التفسيرية على المدى الطويل وبمبالغتها في تشبيه الانتشار بالفيروس. أما أبرز الانتقادات التي وُجّهت إلى النظرية فتظهر في الجدول الآتي[83]:

أبرز الانتقادات	❖ مبالغة في استعارة "الفيروس" للتعبير عن الانتشار ❖ صعوبة قياس التأثير السياسي بعيد المدى للميمات ❖ تجاهل دور المنصات والخوارزميات في تضخيم بعض الرسائل ❖ الميل إلى التركيز على الجانب الثقافي وإهمال البعد البنيوي

تبرز هذه الانتقادات أن النظرية مفيدة لفهم لحظة الانتشار، لكنها ضعيفة في تفسير ما يحدث بعد ذلك. فليس كل انتشار فيروسي يُترجم إلى تأثير سياسي ملموس، ما يجعلها بحاجة إلى تكامل مع مقاربات أخرى مثل تحليل الشبكات أو دراسة الخوارزميات.

نظرية غرف الصدى والفلترة الخوارزمية

أولًا: السياق التاريخي

برزت هذه النظرية مع انتشار منصّات التواصل الاجتماعي في العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين، خصوصًا بعد انتخابات 2016 الأمريكية وأحداث «بريكست»

في بريطانيا [84]. فقد لاحظ الباحثون أنّ المستخدمين يتعرضون لمحتويات تتفق مع ميولهم فقط، ما يعزز الانغلاق داخل «غرف صدى»[85]. في الوقت نفسه، كشفت دراسات أخرى عن دور الخوارزميات في ترشيح الأخبار وتصفية المعلومات بشكل غير محايد، بما يوجّه انتباه الجمهور بطريقة خفية[86]. وهكذا ظهرت مقاربة تدمج بين السوسيولوجيا (علم الاجتماع) والسياسة وعلوم البيانات لفهم تأثير البيئة الرقمية على التعددية السياسية. ويمكن تلخيص المعطيات التاريخية لظهور النظرية في الجدول الآتي:

زمن الظهور	العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين (2010 – 2020)
أبرز المنظّرين	كاس سنستين – إيلي باريزر
المجال العلمي	الإعلام الرقمي – علم الاجتماع السياسي – علوم البيانات
خلفية الظهور	جدل حول تأثير السوشيال ميديا في الانتخابات والأزمات السياسية
الفكرة الأساسية	المنصات والخوارزميات تخلق فقاعات معلوماتية تعزز الاستقطاب

ثانيًا: المنطلقات الأساسية

تنطلق هذه النظرية على فرضية أن الخوارزميات التي تتحكم في المحتوى لا تعكس الواقع كما هو، بل تصفّيه وفقًا للبيانات الشخصية للمستخدم، مما يؤدي إلى عزله عن وجهات النظر المخالفة [87]. وتتضح أهم الفرضيات والمنطلقات الأساسية للنظرية كما يلي:

السؤال المركزي	كيف تؤثر الخوارزميات في تشكيل الانتباه السياسي وتغذية الاستقطاب؟
الفرضية الأساسية	المنصات تخلق غرف صدى وفق الاهتمامات والسلوك الرقمي
المفاهيم المحورية	غرف الصدى – فقاعات الترشيح – الاستقطاب – التخصيص الخوارزمي
طبيعة الجمهور	جمهور مُجزّأ يعيش في فضاءات معلوماتية ضيقة

ثالثًا: القيمة العلمية

تتمثل القيمة العلمية لهذه النظرية في إدماج التكنولوجيا والخوارزميات في تحليل الاتصال السياسي، بما يوسع دائرة النقاش من الجمهور والإعلام إلى البنية التقنية ذاتها. وتتلخص القيمة العلمية والتطبيقات السياسية للنظرية في الجدول الآتي[88]:

القيمة العلمية	كشف دور الخوارزميات في توجيه الانتباه السياسي
مجالات الإضافة	دراسات المنصات – الذكاء الاصطناعي – تحليل الاستقطاب
التطبيقات السياسية	فهم الحملات الرقمية – دراسة التضليل – مساءلة شركات التكنولوجيا

رابعًا: الانتقادات

رغم قوتها التفسيرية، وُجهت لهذه النظرية انتقادات تتعلق بالمبالغة في تقدير قوة الخوارزميات والتعميم على جميع المستخدمين. أما أبرز الانتقادات التي وُجّهت إلى النظرية فتظهر في الجدول الآتي [89]:

أبرز الانتقادات	❖ المبالغة في قوة الخوارزميات وتجاهل قدرة المستخدم على الاختيار والتأثير ❖ وجود أدلة على أن بعض المستخدمين يتعرضون لتنوع أكبر لا أقل ❖ صعوبة قياس حجم غرف الصدى بدقة ❖ إلى التركيز على الجانب التقني وإهمال الثقافة والسياسة

تبرز هذه الانتقادات أن النظرية قد تعطي صورة قاتمة عن المنصات، لكنها تبقى إطارًا ضروريًا لفهم علاقة السلطة بالبيانات. فهي لا تفسر كل شيء، لكنها تحذّر من خطورة ترك المجال السياسي رهينًا للآليات التقنية غير الشفافة.

خاتمة الفصل الثالث

لقد أظهر الفصل الثالث أن الاتصال السياسي لا يمكن فهمه من زاوية واحدة، بل يحتاج إلى مقاربات متداخلة ومتراكبة. فقد بينت النظريات الكلاسيكية أسس العلاقة بين الإعلام والجمهور، وأكدت النظريات التفاعلية على الطابع التأويلي والتفاعلي للرسائل، فيما قدمت النظريات النقدية والخطابية أدوات لفهم الهيمنة والصراع الأيديولوجي، وأخيرًا كشفت النظريات الرقمية عن التحولات البنيوية التي فرضتها المنصات والخوارزميات على المجال السياسي. ورغم اختلاف هذه النظريات في منطلقاتها وموضوعاتها، فإنها تشترك جميعًا في السعي لفهم كيف يُنتج الاتصال السياسي المعنى وكيف يسهم في تشكيل موازين القوة داخل المجتمع. ومن هنا، فإن القيمة الحقيقية لهذا الفصل تكمن في تقديم رؤية شمولية تربط بين الماضي والحاضر، بين النصوص والفضاءات، وبين الثقافة والسلطة والتكنولوجيا، لتُمهّد الطريق أمام دراسة التحديات الاتصالية في المرحلة المعاصرة.

الفصل الرابع

الفاعلون في الاتصال السياسي



الاتصال السياسي يُعد عملية معقدة تتشابك فيها أطراف متعددة تتوزع بين الرسمية وغير الرسمية، المحلية والدولية، وكلها تساهم بدرجات متفاوتة في صياغة الخطاب السياسي وتوجيه الرأي العام. ويحتل الفاعلون مكانة مركزية في هذه العملية لأنهم يمثلون القوى المحرِّكة التي توظف أدوات الاتصال لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. ولا يمكن فهم تفاعلات الاتصال السياسي بمعزل عن دراسة هؤلاء الفاعلين، لأنهم يشكلون الجسر الذي يربط بين المؤسسات والجمهور وبين القرارات والتصورات المجتمعية. ويكتسب هذا الموضوع أهميته من كون الاتصال السياسي ليس مجرد تبادل معلومات، بل هو أداة للتأثير والشرعية والصراع الرمزي. ومن هنا يأتي هذا الفصل لبحث أهم الفاعلين الرسميين وغير الرسميين والمجتمعيين والدوليين، مع إبراز أدوارهم الاتصالية في السياقات السياسية المعاصرة.

المبحث الأول: الفاعلون الرسميون (السلطات الدستورية)

أولاً: مفهوم الفاعلين الرسميين

الفاعلون الرسميون هم الجهات الدستورية التي تمثل ركائز الدولة السياسية وتتمتع بشرعية قانونية ومؤسسية تخولها ممارسة السلطة والتواصل باسم الدولة. ويشمل ذلك السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية، إضافة إلى مؤسسات وهيئات دستورية مستقلة تعزز توازن النظام السياسي[90]. ويُعهد إلى هؤلاء الفاعلين بوضع السياسات وصياغة القوانين وتنفيذها ومراقبتها، مما يجعلهم المصدر الأكثر تأثيرًا في المشهد الاتصالي الرسمي. وتنبع قوتهم من كونهم ليسوا مجرد أطراف مشاركة في النقاش العام، بل صناعًا للقرار ومحددين للخطاب السياسي الرسمي الذي يُعتمد في الداخل والخارج.

وعلى الرغم من تقاطع أدوار الفاعلين الرسميين وغير الرسميين في ساحة الاتصال السياسي، إلا أن الفارق الجوهري يكمن في الشرعية والمشروعية. فالفاعلون الرسميون يستمدون سلطتهم من الدستور والقانون، بينما يقوم الفاعلون غير الرسميين (أحزاب،

جماعات ضغط، نقابات، إلخ) على شرعية مجتمعية أو تنظيمية لا ترتقي إلى مستوى الإلزام القانوني. كما يتميز الرسميون أيضًا بامتلاك قنوات اتصال مؤسسية رسمية مثل القرارات الحكومية والبيانات التشريعية والأحكام القضائية، في حين يعتمد غير الرسميين على استراتيجيات ضغط وحشد جماهيري وإعلامي. وبالتالي، فإن موقع كل طرف يحدد مدى قوة رسالته وتأثيره في المجال العام. ويمكن توضيح الفروق الجوهرية بين الفاعلين الرسميين وغير الرسميين في الجدول الآتي:

	الفاعلون الرسميون	الفاعلون غير الرسميين
مصدر الشرعية	الدستور والقانون	التنظيمات الاجتماعية والسياسية
مجال السلطة	إلزامية ومرتبطة بتسيير الدولة	تأثيرية وضغط دون سلطة إلزامية
قنوات الاتصال	خطب رسمية، بيانات حكومية، قرارات قضائية	حملات انتخابية، إعلام، احتجاجات
نوع التأثير	مباشر وملزم	غير مباشر وضاغط
موقعهم في النظام	جزء من مؤسسات الدولة	خارج المؤسسات لكن فاعلون في المجال العام

يُظهر هذا التمييز أن الاتصال السياسي يتسم بطبيعة مزدوجة: فهو رسمي من خلال السلطات الدستورية التي تضفي عليه صفة الشرعية، وغير رسمي عبر الفاعلين الآخرين الذين يثرونه بالتنوع والجدل. ويكشف تحليل موقع الفاعلين الرسميين أنهم يشكلون نقطة الارتكاز في العملية الاتصالية، إذ يملكون الكلمة الفصل في القرارات السياسية ويحددون اتجاهات السياسات العامة. ومع ذلك، فإن هيمنتهم الاتصالية لا تعني الاستقلال التام، إذ يظلون عرضة لتأثير غير الرسميين والمجتمعيين والدوليين. ومن ثمّ، فإن دراسة الاتصال السياسي تقتضي فهم حركة التفاعل بين هذين المستويين لضمان صورة أكثر شمولاً لآليات صناعة القرار والتواصل السياسي.

ثانيًا: السلطات الدستورية

1. السلطة التنفيذية

تُعد السلطة التنفيذية الممثلة في رئيس الدولة والحكومة الفاعل المركزي في الاتصال السياسي، نظرًا لما تتمتع به من صلاحيات مباشرة في إدارة الشأن العام وتنفيذ السياسات[91]. فهي المسؤولة عن صياغة القرارات الكبرى، وتوجيه السياسة الخارجية، والإشراف على مختلف القطاعات الحيوية. ويظهر دورها الاتصالي في مخاطبة المواطنين عبر الخطب الرسمية، والبيانات الدورية، والمبادرات الإعلامية التي تهدف إلى شرح السياسات وتبرير القرارات. ويكتسب هذا الدور أهميته من أن التنفيذ هو المرحلة العملية للسياسات، ما يجعل خطاب السلطة التنفيذية أكثر تأثيرًا وارتباطًا بالحياة اليومية للمواطن.

وتعتمد السلطة التنفيذية على مجموعة متنوعة من أدوات الاتصال التي تمكنها من التواصل المباشر وغير المباشر مع الجمهور. فالخطب الرئاسية والمؤتمرات الصحفية واللقاءات التلفزيونية تشكل قنوات مباشرة تهدف إلى إيصال المعلومة الرسمية وإبراز صورة القيادة. كما توظف الحكومات وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والقنوات، إضافة إلى المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت أداة أساسية في إدارة العلاقة مع المواطنين. ويُضاف إلى ذلك الحملات التوعوية والرسائل الإرشادية التي تساهم في تعزيز الشرعية السياسية وبناء الثقة. وعليه، تُختصر أبرز أدوات الاتصال التي تعتمدها السلطة التنفيذية وغاياتها الاتصالية في الجدول التالي:

أبرز أدوات الاتصال التي تعتمدها السلطة التنفيذية	❖ الخطاب المباشر ❖ الإعلام التقليدي ❖ الحملات التوعوية ❖ المؤتمرات الصحفية ❖ حسابات القادة والمسؤولين ❖ المنصات الحكومية الرقمية

يكشف تحليل أدوات السلطة التنفيذية في الاتصال السياسي عن هيمنة البعد المؤسسي على خطابها، إذ يسعى إلى ترسيخ الشرعية وتثبيت صورة القيادة. ومع ذلك، فإن التغيرات التكنولوجية والضغوط المجتمعية تدفعها إلى الانفتاح على أساليب أكثر مرونة وتفاعلية. فبينما كان الاتصال في السابق أحادي الاتجاه عبر الإعلام الرسمي، أصبح اليوم متعدد القنوات وأكثر حركية بفعل الثورة الرقمية. فهذا التحول يجعل السلطة التنفيذية مطالبة بموازنة خطابها بين الطابع الرسمي الصارم ومتطلبات الشفافية والتواصل المباشر مع المواطنين، بما يحافظ على مصداقيتها وفعاليتها في ظل بيئة اتصالية متغيرة.

2. السلطة التشريعية

تُعتبر السلطة التشريعية من أبرز الفاعلين الرسميين في الاتصال السياسي، إذ تمثل حلقة الوصل بين الإرادة الشعبية وصنع القرار السياسي. حيث تُطرح القضايا الوطنية وتناقش القوانين والسياسات العامة أمام الرأي العام. ومن خلال الجلسات العلنية والحوارات داخل اللجان، يتم نقل صورة عن طبيعة الحياة السياسية والتوازنات بين القوى المختلفة. كما أن طبيعة البرلمان التمثيلية تمنحه شرعية شعبية، ما يجعل خطابه معبرًا عن مصالح المواطنين وتطلعاتهم. لذلك، فإن الاتصال البرلماني يعد أداة مركزية في تعزيز المشاركة السياسية وتكريس مبادئ التعددية[92].

ويمارس البرلمان دوره الاتصالي أيضًا من خلال آليات رقابية وتشريعية تمنحه القدرة على التفاعل مع الجمهور. فالاستجوابات البرلمانية للحكومة تشكل قناة مباشرة للتعبير عن تساؤلات الشارع ومطالبه، كما أن المبادرات التشريعية التي يقترحها النواب تُظهر بعدًا اتصاليًا قائمًا على نقل صوت الناخبين إلى المؤسسات الرسمية. وإلى جانب ذلك، يعتمد البرلمان على لجان استماع وجلسات مشاورات عامة تسمح بإشراك المجتمع المدني والخبراء، ما يعزز الشفافية ويربط العملية التشريعية بالمجال العام. وبهذا يصبح البرلمان ليس فقط مؤسسة للتشريع، بل أداة تواصلية تعمل على بناء الثقة بين الدولة والمجتمع. وهنا، يعرض الجدول التالي أشكال القنوات البرلمانية وأهدافها الاتصالية:

أشكال قنوات الاتصال التي تعتمدها السلطة التشريعية	❖ الجلسات العامة والمناقشات العلنية عبر الإعلام ❖ الاستجوابات ومساءلة الحكومة أمام البرلمان ❖ المبادرات التشريعية واقتراح القوانين ❖ لجان الاستماع واستدعاء الخبراء وممثلي المجتمع المدني ❖ التصريحات البرلمانية والإحاطات الإعلامية ❖ حسابات أعضاء السلطة التشريعية في شبكات التواصل الاجتماعي

يتضح من دراسة قنوات الاتصال التشريعي أن البرلمان يمثل ساحة للحوار السياسي المؤسسي الذي يجمع بين الرسمي والشعبي. فهو يعكس التعددية السياسية ويتيح تداول الأفكار بشكل علني، ما يمنح العملية السياسية قدراً أكبر من الشرعية والشفافية. غير أن فاعلية هذا الدور تختلف باختلاف السياقات السياسية؛ ففي الديمقراطيات الراسخة يكون البرلمان منبرًا قويًا للنقاش والتأثير، بينما قد يقتصر في الأنظمة الأقل انفتاحًا على وظيفة شكلية. ومع ذلك، يبقى البرلمان أداة لا غنى عنها في الاتصال السياسي، لأنه يعزز التوازن بين السلطات ويمنح المواطنين قناة مباشرة للتأثير في السياسات العامة.

3. السلطة القضائية

تمثل السلطة القضائية أحد الأعمدة الأساسية للنظام السياسي، ودورها في الاتصال السياسي يتجاوز مجرد إصدار الأحكام ليشمل التأثير في المجال العام. فالمحاكم، وخاصة الدستورية منها، تصدر قرارات قد تغير مسار الحياة السياسية وتعيد صياغة العلاقة بين السلطات. كما أن البيانات القضائية والتصريحات الرسمية الصادرة عن الهيئات العليا تُعد أدوات اتصالية مباشرة تؤثر في الرأي العام، وتوضح للرأي العام مسوغات القرارات القانونية [93]. هذا الحضور يجعل القضاء فاعلاً اتصاليًا ذا طبيعة خاصة، يتميز بالرصانة والموضوعية مقارنة بالخطابات السياسية الأخرى.

وتكتسب السلطة القضائية مكانتها الاتصالية من كونها حامية للشرعية وسيادة القانون، وهو ما يمنحها ثقة مجتمعية عالية. فعندما تصدر المحاكم أحكامًا في قضايا سياسية أو دستورية، فإن ذلك يُستقبل من قبل المواطنين والإعلام كرسالة تعكس استقلالية الدولة وعدالتها. وتلعب البيانات القضائية دورًا في تهدئة الأزمات السياسية أو توضيح الإشكالات القانونية للرأي العام. وكلما كانت السلطة القضائية مستقلة وشفافة في تواصلها، ارتفعت مستويات الثقة في النظام السياسي ككل. أما في حال غياب الاستقلالية، فإن صورتها الاتصالية قد تتضرر وتُنظر إليها كأداة بيد السلطة التنفيذية. وبناء على ما سبق، يُظهر الجدول التالي عناصر الاتصال القضائي بإيجاز:

أبرز عناصر الاتصال التي تعتمدها السلطة القضائية	❖ إصدار الأحكام والقرارات القانونية والدستورية ❖ البيانات القضائية حول القضايا العامة ❖ الخطاب الإعلامي المحدود من كبار القضاة ❖ الاستقلالية بوصفها مبدأ يحفظ نزاهة القضاء ❖ الطابع الحذر في التواصل لتجنب التسييس والحفاظ على المصداقية

تفيد المعطيات المتعلقة بالدور الاتصالي للسلطة القضائية بأنها تعد ركيزة للشرعية وضابطًا لتوازن السلطة، إذ يُنظر إلى خطابها باعتباره أكثر حيادية ومصداقية. غير أن هذا الخطاب يتميز بحدود صارمة تجعله مختلفًا عن بقية الفاعلين، فهو يميل إلى الطابع الحذر والتقني أكثر من كونه خطابًا جماهيريًا مباشرًا. هذه الخصوصية تمنح القضاء قوة رمزية في الاتصال السياسي، لكنها في الوقت ذاته تحد من قدرته على التفاعل الواسع مع الجمهور. وبالتالي، يظل دور السلطة القضائية محوريًا في ترسيخ الثقة السياسية، لكنه مرهون بمدى استقلاليته ووضوحه في التعبير عن القيم القانونية بعيدًا عن التسييس.

ثالثًا: المؤسسات الدستورية الأخرى

إلى جانب السلطات الثلاث التقليدية، برزت مؤسسات دستورية وهيئات مستقلة تؤدي أدوارًا مكملة في تعزيز التوازن السياسي وضمان الشفافية. ومن بين هذه الهيئات:

- لجان الانتخابات
- مجالس حقوق الإنسان
- هيئات الشفافية ومكافحة الفساد
- أجهزة الرقابة كديوان المحاسبة
- مؤسسات الإعلام
- المجالس الاستشارية

هذه المؤسسات تمثل ركيزة لتعزيز الثقة في العملية السياسية من خلال إشرافها على نزاهة الانتخابات، وضمان احترام الحريات، ومراقبة أداء السلطات العامة. فهي لا تمتلك سلطة تنفيذية أو تشريعية مباشرة، لكنها تؤثر في العملية السياسية عبر سلطتها الرقابية والمعنوية.

وتضطلع المؤسسات الدستورية المستقلة بدور اتصالي مهم من خلال بياناتها وتقاريرها الدورية وبلاغاتها الإعلامية. إذ تعمل على إطلاع المواطنين على سير العمليات الانتخابية، وكشف حالات الفساد أو التجاوزات، وتقديم توصيات علنية للإصلاح السياسي[94]. كما توفر منصات للتفاعل مع المجتمع المدني والإعلام، بما يضمن مشاركة أوسع في مراقبة الحياة السياسية.

هذا الدور الاتصالي يجعلها بمثابة «حكم نزيه» يسهم في تعزيز الشفافية وإعادة بناء الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة، خصوصًا في فترات الأزمات أو الانتخابات. ويُبيِّن الجدول التالي أدوار المؤسسات الدستورية المستقلة الاتصالية:

أدوار المؤسسات الدستورية المستقلة الاتصالية	❖ لجان الانتخابات تشرف وتعلن نتائج الانتخابات ❖ مجالس حقوق الإنسان ترصد وتنشر تقارير الحقوق ❖ هيئات مكافحة الفساد تكشف وتنشر قضايا الفساد ❖ هيئات الإعلام تنظم وتراقب الخطاب الإعلامي ❖ المجالس الاستشارية تقدم توصيات وتقارير رسمية

وبناءً على ما سبق، تبرز المؤسسات الدستورية الأخرى كفاعل اتصالي يتمتع بسلطة معنوية أكثر منها تنفيذية، ما يمنحها موقعًا متميزًا في المجال السياسي. فهي لا تمارس السلطة المباشرة، لكنها تؤثر من خلال الشفافية والإقناع وكسب ثقة الرأي العام. وبالتالي يكشف تحليل دورها الاتصالي أنها تسهم في إضفاء الشرعية على الممارسة السياسية وتمنع احتكار السلطات الأخرى للخطاب السياسي الرسمي. غير أن فعاليتها تتوقف على مدى استقلاليتها الحقيقية عن السلطة التنفيذية، وعلى قدرتها في تحويل تقاريرها وبياناتها إلى أدوات ضغط إيجابية للإصلاح. لذلك، فهي تمثل رهانًا أساسيًا لتعزيز الثقة في الديمقراطية الحديثة وضمان انفتاح الاتصال السياسي.

المبحث الثاني: الفاعلون غير الرسميون

أولاً: النخب السياسية والفكرية

تُعتبر النخب السياسية والفكرية عنصرًا فاعلاً في الاتصال السياسي، إذ تسهم في صياغة الأفكار وتفسير الأحداث وتوجيه النقاش العام. وتشمل هذه النخب المثقفين، الأكاديميين، الباحثين، والمحللين السياسيين الذين يمتلكون القدرة على التأثير في الرأي العام عبر إنتاج المعرفة والتحليلات. وتظهر مساهمتهم من خلال مقالات الرأي، الدراسات الأكاديمية، الندوات، والبرامج الحوارية. وغالبًا ما يعملون كوسطاء بين المؤسسات والجمهور من خلال تبسيط السياسات المعقدة وتقديم تفسيرات موضوعية أو نقدية.

وتتجلى أهمية النخب الفكرية في كونها تساهم في بلورة اتجاهات الرأي العام وتشكيل أجندة النقاش السياسي. فهي تسلط الضوء على القضايا الاستراتيجية وتقدم مقاربات نقدية للسياسات الرسمية. كما تساهم في تعزيز الوعي السياسي من خلال نشر المعرفة وتربية المواطن على قيم الحوار والتعددية[95]. وعلى الرغم من أن تأثيرها قد يختلف بحسب السياق السياسي، فإنها تبقى مرجعًا معرفيًا ومصدرًا للشرعية الفكرية للنقاشات السياسية. وتُعرض وسائل تأثير النخب وأشكالها وأهدافها الاتصالية من خلال الجدول التالي:

وسائل تأثير النخب	❖ كتابة وتحليل لتفسير الأحداث والبدائل ❖ إعلام تقليدي للتأثير في الرأي العام ❖ إعلام رقمي لتفاعل سريع مباشر ❖ ندوات لنشر الأفكار وتوسيع النقاش ❖ استشارات للتأثير غير المباشر سياسيًا

يتضح من تحليل دور النخب السياسية والفكرية أنها تمثل قوة ناعمة في الاتصال السياسي، إذ تعزّز من جودة النقاش العام وتمنحه بعدًا معرفيًا. ومع ذلك، فإن استقلاليتها تشكل العامل الحاسم في مصداقيتها؛ فكلما ابتعدت عن التوظيف الرسمي، ازدادت قدرتها على التأثير الموضوعي. في المقابل، حين تنخرط النخب في صراعات سياسية ضيقة قد تفقد دورها التنويري وتتحول إلى أدوات للتبرير أو الدعاية. لذلك، فإن قيمتها الحقيقية تكمن في قدرتها على بناء جسر بين المعرفة والسياسة، بما يضمن نقاشًا عامًا قائمًا على الفهم والتحليل بدلاً من الانفعال والاصطفاف.

ثانيًا: جماعات الضغط

جماعات الضغط هي الأخرى من الفاعلين غير الرسميين في الاتصال السياسي، إذ تعمل على توجيه السياسات العامة بما يخدم مصالحها الخاصة أو مصالح الفئات التي تمثلها. وتعتمد هذه الجماعات على أساليب متنوعة مثل ممارسة الضغط المباشر على صناع القرار، تنظيم الحملات الإعلامية، تمويل المبادرات السياسية، أو حشد الرأي العام حول قضايا معينة. كما أنها تستثمر في بناء العلاقات مع المسؤولين السياسيين من خلال شبكات النفوذ والاتصال غير المباشر. وبذلك تتحول إلى قوة مؤثرة في عملية صنع القرار دون أن تكون جزءًا من المؤسسات الرسمية.

وتشكل العلاقة مع وسائل الإعلام وصناع القرار ركيزة أساسية في عمل اللوبيات، حيث تُستخدم المنصات الإعلامية لترويج المواقف وتضخيم القضايا بما يخلق ضغطًا على المؤسسات الرسمية. كما تلجأ جماعات الضغط إلى تقديم المعلومات والدراسات لصناع القرار بهدف إقناعهم بجدوى مواقفها. ويبرز تأثيرها بشكل أوضح في الديمقراطيات الراسخة، حيث يُسمح لها بالعمل العلني والمعلن، بينما قد ينحصر نشاطها في الأنظمة المغلقة ضمن دوائر غير رسمية أو غير معلنة[96]. وتُختصر أساليب عمل جماعات الضغط وغاياتها الاتصالية في الجدول التالي:

أساليب عمل جماعات الضغط	❖ ضغط مباشر للتأثير داخل المؤسسات ❖ حملات إعلامية لحشد الرأي العام ❖ دراسات لإقناع صناع القرار علميًا ❖ تمويل سياسي لضمان النفوذ الدائم ❖ حشد مجتمعي لخلق ضغط خارجي

تكشف قراءة الدور الاتصالي لجماعات الضغط إلى أنها تعد قوة منظمة تؤثر في السياسات بطرق غير مباشرة. فهي تبرهن على أن الاتصال السياسي لا يقتصر على المؤسسات الرسمية، بل يشمل كذلك قوى اجتماعية منظمة تملك أدوات ضغط فعّالة. غير أن مشروعيتها تبقى محل نقاش، إذ يُنظر إليها أحيانًا كقوة ديمقراطية تُثري النقاش العام، وأحيانًا كأداة لهيمنة المصالح الخاصة على القرار السياسي. لذا، فإن تقييمها يرتبط بمدى شفافية نشاطها، وقوة الأطر القانونية التي تنظم عملها، بما يضمن التوازن بين حرية التعبير وحماية المصلحة العامة.

ثالثًا: النقابات المهنية والعمالية

تُعتبر النقابات المهنية والعمالية من الفاعلين غير الرسميين المؤثرين في الاتصال السياسي، إذ تمثل مصالح فئات واسعة من العاملين والمهنيين. وتوظف هذه النقابات أدوات اتصال متنوعة مثل البيانات الصحفية، والإضرابات، والوقفات الاحتجاجية، إلى جانب المفاوضات المباشرة مع الحكومات وأرباب العمل. كما تنظم المؤتمرات الدورية والجمعيات العامة لأعضائها[97]، ما يمنحها قوة اتصالية جماعية تستند إلى المشاركة القاعدية. وغالبًا ما يكون خطابها مباشرًا ومرتبطًا بقضايا المعيشة والحقوق الاجتماعية، مما يمنحه صدى واسعًا في المجال العام.

ولا يقتصر تأثير النقابات على الدفاع عن حقوق أعضائها فقط، بل يمتد ليشمل صياغة السياسات العامة في مجالات العمل والاقتصاد والعدالة الاجتماعية. فهي

تمارس ضغطًا على السلطة التنفيذية والتشريعية لدفعها إلى تبني سياسات أكثر عدالة، كما تساهم في الحوار الاجتماعي باعتبارها طرفًا أساسيًا فيه. ومن خلال تحركاتها الجماعية، تفرض النقابات نفسها كقوة قادرة على تعديل ميزان القوى بين الدولة والمجتمع، وهو ما يجعل خطابها الاتصالي عاملاً محوريًا في الاستقرار أو التوتر الاجتماعي. وتُعرض وسائل اتصال النقابات وأشكالها وأهدافها الاتصالية في الجدول التالي:

وسائل اتصال النقابات المهنية والعمالية	❖ بيانات صحفية للتعبير عن المطالب ❖ احتجاجات وإضرابات للضغط على السلطات ❖ مفاوضات مباشرة لتحقيق حلول وسط ❖ مؤتمرات دورية لتعزيز التعبئة الداخلية ❖ حملات إعلامية لكسب دعم الرأي العام

يظهر من تحليل الدور الاتصالي للنقابات أنها تمثل قوة جماعية تُثري المجال السياسي والاجتماعي عبر خطاب مرتبط بالمطالب الملموسة للطبقات العاملة. غير أن فاعليتها تعتمد على مدى وحدتها الداخلية واستقلاليتها عن الأحزاب والسلطة. ففي بعض السياقات، تتحول النقابات إلى أداة فاعلة للحوار الاجتماعي والإصلاح، بينما قد تُستغل في سياقات أخرى كذراع سياسي لتصفية الحسابات. لذلك، فإن القيمة الحقيقية للنقابات في الاتصال السياسي تكمن في قدرتها على الجمع بين الدفاع عن المصالح المهنية والمساهمة في صياغة سياسات عادلة ومتوازنة، بما يعزز شرعية النظام السياسي واستقراره.

رابعًا: الأحزاب السياسية

الأحزاب السياسية تُعد أيضًا من الفاعلين غير الرسميين في الاتصال السياسي، إذ تشكل قناة للتعبير عن مصالح المواطنين وصياغة البرامج السياسية التي تعكس

توجهاتهم. ومن خلال المؤتمرات والملتقيات، تقوم الأحزاب بعرض رؤيتها للسياسات العامة وتقديم بدائل للحكومة. كما تلعب دورًا محوريًا في تأطير المواطنين سياسياً وتنظيم مشاركتهم في الحياة العامة. ويتمثل البعد الاتصالي للأحزاب في قدرتها على بناء خطاب يجمع بين الطابع الإيديولوجي والواقعي، بما يضمن لها التأثير في الناخبين وكسب دعمهم.

وتُعتبر الحملات الانتخابية ذروة النشاط الاتصالي للأحزاب، إذ تسعى من خلالها إلى إقناع الناخبين ببرامجها ومرشحيها. وتتنوع أدواتها بين الخطب الجماهيرية، والإعلانات السياسية، والظهور الإعلامي، بالإضافة إلى الحملات الرقمية التي أصبحت أداة رئيسية في العصر الحديث. ويُضاف إلى ذلك اللقاءات الميدانية والزيارات المباشرة التي تهدف إلى خلق صلة مباشرة مع المواطنين. وتظهر أهمية هذا الدور في كونه يحدد إلى حد كبير نتائج العملية الانتخابية ومستقبل الأحزاب في المشهد السياسي. وهنا، يُوجِز الجدول التالي أدوات الاتصال الحزبي وأهدافها الاتصالية:

أدوات الاتصال الحزبي	❖ لقاءات حزبية لعرض البرامج والتواصل ❖ حملات انتخابية لكسب أصوات الناخبين ❖ إعلام تقليدي لترويج المواقف السياسية ❖ إعلام رقمي لتوسيع قاعدة الشباب ❖ زيارات ميدانية لتعزيز التواصل المباشر

تُبرز وظائف الاتصال الحزبي أن الأحزاب تمثل المجال الأكثر تفاعلاً وتنافسية سياسيًا، من خلال خطاب يسعى إلى حشد التأييد الشعبي. غير أن فاعليتها ترتبط بمدى مؤسساتيتها واستقلاليتها عن الدولة، وكذلك بقدرتها على التكيف مع التحولات التكنولوجية والإعلامية. ففي المجتمعات الديمقراطية، تكون الأحزاب أداة رئيسية لتنظيم النقاش السياسي وضمان التعددية، بينما قد تضعف مكانتها في أنظمة أقل

انفتاحًا حيث يصبح دورها شكليًا[98]. ومع ذلك، فإن حضورها الاتصالي يبقى أساسيًا لأنه يعكس التعددية الاجتماعية والسياسية ويمنح الحياة العامة زخمًا وحيوية.

المبحث الثالث: الفاعلون المجتمعيون

أولاً: منظمات المجتمع المدني

تمثل منظمات المجتمع المدني وسيطًا مهمًا بين الدولة والمجتمع، حيث تعكس اهتمامات المواطنين وتعمل على الدفاع عن قضاياهم في مختلف المجالات. وتشمل هذه المنظمات الجمعيات الخيرية، المنظمات الحقوقية، مراكز الفكر، والهيئات التطوعية. ومن خلال تقاريرها وأنشطتها الميدانية، تساهم في توجيه النقاش السياسي وتسليط الضوء على القضايا المهملة أو الحساسة. وبذلك تصبح فاعلاً اتصاليًا قادرًا على التأثير في الأجندة السياسية وصياغة أولوياتها.

وتعتمد منظمات المجتمع المدني على أدوات اتصالية متنوعة مثل الحملات التوعوية، نشر التقارير الدورية، المؤتمرات الصحفية، والورش التدريبية. كما تلجأ إلى الإعلام التقليدي والرقمي لزيادة الوعي المجتمعي وحشد الدعم لقضاياها. وتتميز هذه المنظمات بقدرتها على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمنصة رئيسية للوصول إلى فئات واسعة من الجمهور، خصوصًا الشباب. إضافة إلى ذلك، تساهم في إشراك المواطنين في عمليات صنع القرار عبر مبادرات الاستشارة والضغط على المؤسسات السياسية. ويمكن توضيح آليات اتصال منظمات المجتمع المدني وغاياتها الاتصالية في الجدول الآتي:

وسائل اتصال منظمات المجتمع المدني	❖ حملات توعوية لرفع الوعي المجتمعي ❖ تقارير دورية لمراقبة الأداء الحكومي ❖ مؤتمرات صحفية لتوسيع دائرة النقاش ❖ إعلام رقمي لحشد الدعم السريع ❖ ورش تدريب لتعزيز المشاركة السياسية

تُظهر آليات الاتصال لدى منظمات المجتمع المدني أنها تؤدي دور قوة ضغط ناعمة تُثري المجال العام بقيم الحقوق والمشاركة. غير أن فعاليتها تختلف باختلاف السياق؛ ففي الأنظمة الديمقراطية تمتلك مساحة أكبر للتأثير، بينما قد تُواجه قيودًا في الأنظمة السلطوية[99]. ومع ذلك، فإن حضورها الاتصالي يظل عنصرًا لا غنى عنه لتحقيق التوازن بين الدولة والمجتمع، ولضمان أن يكون النقاش السياسي شاملاً لمصالح الفئات المهمشة. فهي بذلك تضيف بعدًا تشاركيًا للعملية السياسية وتؤكد على أن الاتصال السياسي ليس حكرًا على المؤسسات الرسمية فقط.

ثانيًا: الإعلاميون والمؤثرون الرقميون

يلعب الإعلاميون دورًا محوريًا في الاتصال السياسي باعتبارهم وسطاء بين الفاعلين السياسيين والجمهور. فالإعلام التقليدي من صحافة وإذاعة وتلفزيون يظل أداة رئيسية لتغطية الأحداث وصياغة الأخبار، بينما أصبح الإعلام الجديد عبر المنصات الرقمية أكثر تأثيرًا بفعل سرعته وانتشاره. ويتمثل الدور الاتصالي للإعلاميين في نقل المعلومة، تحليلها، وتأطيرها بما يوجه الرأي العام نحو قضايا محددة. وفي كثير من الأحيان، لا يقتصر الإعلاميون على دور الناقل، بل يتحولون إلى فاعلين مستقلين يؤثرون بخطابهم وتحليلاتهم في الأجندة السياسية.

وأفرزت الثورة الرقمية فاعلين جددًا في الاتصال السياسي هم المؤثرون على شبكات التواصل الاجتماعي، الذين يمتلكون قاعدة جماهيرية واسعة تتابع محتواهم بشكل

يومي. هؤلاء يستغلون المنصات مثل فيسبوك، تويتر، ويوتيوب لتقديم تعليقات، آراء، أو محتويات مرئية مرتبطة بالشأن العام. وبفضل قربهم من الجمهور واعتمادهم أسلوبًا تفاعليًا مباشرًا، أصبحوا قادرين على حشد الرأي العام والتأثير فيه أحيانًا أكثر من وسائل الإعلام التقليدية. وتظهر قوتهم خاصة في القضايا الطارئة أو الحملات السياسية الرقمية، حيث يشكلون عنصرًا فاعلاً في التعبئة والتأثير. ويُعرض دور الإعلام التقليدي والرقمي والمؤثرين وأهدافهم الاتصالية في الجدول التالي:

دور الإعلاميين والمؤثرين الرقميين	❖ إعلام تقليدي لنقل الأخبار وتحليلها ❖ إعلاميون محللون لتشكيل الرأي العام ❖ إعلام رقمي لتوسيع التفاعل السريع ❖ مؤثرون رقميون للتعبئة والتأثير المباشر ❖ محتوى مرئي لجذب الشباب سياسيًا

تُبرز وظائف الإعلاميين والمؤثرين الرقميين أن الاتصال السياسي انتقل من احتكار المؤسسات إلى فضاء تفاعلي متعدد الأصوات. فالإعلام التقليدي يظل فاعلاً مؤثرًا في بناء الأجندة، لكنه يواجه منافسة قوية من الإعلام الرقمي والمؤثرين الذين يمتلكون قدرة أكبر على التفاعل الفوري مع الجمهور. هذا التحول أوجد معادلة جديدة في الاتصال السياسي، حيث تتقاسم المؤسسات الرسمية وغير الرسمية الفضاء العام مع فاعلين مستقلين. ومع أن هذه الفاعلية توسع من هامش المشاركة، إلا أنها تطرح تحديات مرتبطة بالتحقق من المعلومات وحدود المصداقية في ظل وفرة المحتوى.

ثالثًا: الجمهور العام

يُعدّ الجمهور العام، أو المواطنون بصفة فردية وجماعية، أحد أهم الفاعلين في الاتصال السياسي، إذ يمثل الغاية النهائية لكل الخطابات والسياسات. فالمواطن ليس مجرد متلقٍ سلبي، بل هو طرف مؤثر يعبر عن مواقفه عبر الانتخابات،

الاحتجاجات، والمشاركة في الحملات الرقمية. كما أن تفاعله مع الخطاب السياسي يحدد مدى نجاحه أو فشله، إذ لا قيمة لأي اتصال سياسي ما لم يجد صدى لدى الجمهور. وبالتالي، فإن المواطنين يشكلون قاعدة أساسية لشرعية النظام السياسي واستمراريته.

ويمارس الجمهور دوره الاتصالي عبر أدوات متعددة تتراوح بين التقليدي والرقمي. ففي المجال الواقعي، يلجأ إلى الاحتجاجات، الاعتصامات، والتظاهرات للتعبير عن مطالبه وضغطه على السلطة. أما في المجال الرقمي، فقد باتت الحملات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعّالة لإثارة النقاش العام وصناعة الرأي السياسي، حيث يمكن للمواطنين تنظيم حملات ووسوم (هاشتاغ) تؤثر في الأجندة الإعلامية والسياسية. هذا التنوع في الوسائل يمنح الجمهور قوة اتصالية متنامية جعلت منه فاعلاً أساسيًا لا يمكن تجاهله. وتظهر وسائل اتصال الجمهور وأشكالها وأهدافها الاتصالية في الجدول الآتي:

وسائل اتصال الجمهور العام	❖ انتخابات لمنح الشرعية أو سحبها ❖ احتجاجات للضغط على السلطة سياسيًا ❖ حملات رقمية للتأثير السريع جماهيريًا ❖ عرائض للتعبير عن مطالب محددة ❖ مشاركة مجتمعية لصياغة قرارات محلية

يوضح الدور الاتصالي للجمهور العام أن المواطن لم يعد مجرد مستقبل للرسائل السياسية، بل أصبح منتجًا وفاعلاً في صياغتها ونشرها. هذا التحول يُظهر أن الاتصال السياسي بات عملية تفاعلية لا تكتمل دون مشاركة الجمهور. ومع ذلك، فإن فاعلية هذا الدور تختلف باختلاف السياقات؛ ففي الأنظمة الديمقراطية يُمنح المواطن مساحات واسعة للتعبير، بينما قد تُقيَّد مشاركته في أنظمة أكثر انغلاقًا (100). ورغم هذه الفوارق، فإن حضور الجمهور في المجال العام يظل عنصرًا حاسمًا يفرض نفسه على الفاعلين الآخرين، ويعيد تشكيل قواعد اللعبة السياسية باستمرار.

المبحث الرابع: الفاعلون الدوليون

أولاً: المنظمات الدولية

تُعتبر المنظمات الدولية من الفاعلين الدوليين البارزين في الاتصال السياسي. فهي تمتلك شرعية دولية مستمدة من المواثيق والمعاهدات، ما يمنحها وزنًا في التأثير على السياسات الداخلية للدول الأعضاء. وتتمثل آلياتها الاتصالية في إصدار القرارات والبيانات الرسمية، نشر التقارير الدورية، وعقد المؤتمرات الدولية التي تضع القضايا السياسية في دائرة النقاش العالمي. وبذلك، تمثل المنظمات الدولية قناة لنقل المعايير العالمية إلى المجال السياسي المحلي.

وإلى جانب دورها التنفيذي، تسهم المنظمات الدولية في صياغة خطاب سياسي عالمي قائم على مفاهيم مثل حقوق الإنسان، التنمية المستدامة، والأمن الجماعي. فهي توظف وسائل الإعلام التقليدية والرقمية لنشر هذا الخطاب وتعميمه على الدول والمجتمعات. كما تستعين بآليات الدبلوماسية العامة لبناء صورة إيجابية لعملها وتعزيز شرعيتها أمام الرأي العام الدولي. هذا الدور الاتصالي يجعلها شريكًا غير مباشر في صياغة الخطابات الوطنية، حيث يضطر الفاعلون المحليون إلى التفاعل مع أجندتها الدولية. ويُعرض طيف آليات اتصال المنظمات الدولية وأهدافها الاتصالية في الجدول التالي:

آليات اتصال المنظمات الدولية	❖ بيانات رسمية لتوجيه الدول الأعضاء ❖ تقارير دورية لمراقبة الأداء والتوصيات ❖ مؤتمرات دولية لصياغة أجندات مشتركة ❖ إعلام دولي للتأثير في الرأي العالمي ❖ دبلوماسية عامة لكسب الشرعية الدولية

وتؤكد هنا مؤشرات الدور الاتصالي للمنظمات الدولية أنها تُعيد توجيه الخطاب السياسي الداخلي نحو احترام المعايير الدولية. فهي تُعد قناة لتدويل القضايا الوطنية وإبرازها على الساحة الدولية، ما يجعلها أداة ضغط غير مباشر على الحكومات. غير أن فعاليتها تختلف حسب قوة الدولة المستهدفة ومصالح القوى الكبرى داخل المنظمة. ومع ذلك، فإن حضورها الاتصالي يمنح السياسات الوطنية بعدًا دوليًا، ويعكس التداخل المتزايد بين المحلي والعالمي في مجال الاتصال السياسي.

ثانيًا: الدول الكبرى والقوى الخارجية

تعد الدول الكبرى من الفاعلين الدوليين في الاتصال السياسي، إذ تمتلك إمكانيات هائلة للتأثير عبر أدوات دبلوماسية وإعلامية واقتصادية. فالدبلوماسية الرسمية من خلال السفارات والبعثات الدائمة تشكل قناة أساسية للتواصل مع الحكومات والشعوب على حد سواء. أما الإعلام الموجّه، سواء عبر القنوات الفضائية الدولية أو المنصات الرقمية، فيُستخدم للتأثير في الرأي العام الخارجي وترويج صورة معينة عن سياساتها أو مواقفها. وتتيح هذه الأدوات للدول الكبرى فرض أجنداتها السياسية على الساحة الدولية والتأثير في مواقف الدول الأخرى.

إلى جانب الدبلوماسية التقليدية، تلجأ القوى الخارجية إلى الحملات السياسية العابرة للحدود كوسيلة للتأثير في القرارات الوطنية للدول الأخرى. وتشمل هذه الحملات دعم حركات سياسية أو منظمات مجتمع مدني، أو تمويل مبادرات إعلامية وثقافية تهدف إلى بناء صورة إيجابية أو إضعاف الخصوم. كما تُستعمل منصات التواصل الاجتماعي بشكل متزايد لنشر رسائل سياسية موجهة، سواء عبر الحسابات الرسمية أو الحملات الرقمية غير المعلنة. وبهذا تصبح الحملات العابرة للحدود جزءًا من استراتيجيات «القوة الناعمة» التي تسعى لتغيير المواقف والسلوكيات دون تدخل عسكري مباشر. وتُبيِّن أدوات الاتصال والتأثير العابر للحدود لدى القوى الخارجية في الجدول التالي:

أدوات اتصال الدول الكبرى خارجيًا	❖ دبلوماسية رسمية للتأثير بصنع القرار ❖ إعلام موجّه لتشكيل الرأي الخارجي ❖ حملات سياسية للتأثير بالقرارات الوطنية ❖ قوة ناعمة لتعزيز النفوذ والصورة ❖ حملات رقمية لنشر رسائل موجهة

يتضح من أدوات الدول الكبرى في الاتصال السياسي أن تأثيرها لا يقتصر على القنوات الرسمية، بل يمتد إلى المجال العام الداخلي للدول الأخرى عبر الإعلام والحملات الرقمية. هذا يعكس تحول الاتصال السياسي إلى ساحة للتنافس الدولي حيث تُستخدم الرسائل والخطابات كسلاح ناعم لتحقيق الهيمنة أو كسب النفوذ. ومع ذلك، يظل هذا التأثير نسبيًا، إذ يمكن أن يواجه مقاومة داخلية أو يُقابل بخطابات مضادة. لكن المؤكد أن الاتصال السياسي لم يعد شأنًا محليًا بحتًا، بل أصبح مجالاً مفتوحًا تتصارع فيه القوى الخارجية من أجل التأثير في توجهات الشعوب وصناع القرار على حد سواء.

ثالثًا: المنظمات الدولية غير الحكومية

تشكل المنظمات غير الحكومية الدولية أحد الفاعلين البارزين في الاتصال السياسي المعاصر، إذ تعمل على تجاوز الحدود الوطنية للتأثير في قضايا مثل حقوق الإنسان، البيئة، التنمية، ومكافحة الفساد. هذه المنظمات، مثل منظمة العفو الدولية وهيومن رايتس ووتش، لا تمتلك سلطة إلزامية[101] لكنها تعتمد على قوة خطابها وشرعيتها الأخلاقية للتأثير في السياسات العامة للدول. وتكمن قوتها في قدرتها على تدويل القضايا المحلية عبر تقاريرها وحملاتها التي تجد صدى في الإعلام العالمي والمؤسسات الدولية.

وتركز المنظمات غير الحكومية الدولية على توظيف الاتصال السياسي لإبراز قضايا غالبًا ما يتم تهميشها محليًا. فهي تنشر تقارير مفصلة توثق الانتهاكات أو تكشف عن الفساد، وتطلق حملات إعلامية لجذب انتباه الرأي العام العالمي. كما تعمل على بناء شبكات ضغط تتفاعل مع الحكومات والمنظمات الدولية من أجل فرض إصلاحات سياسية وقانونية. ومن خلال شراكاتها مع منظمات محلية، تسهم في تمكين المجتمع المدني وتعزيز المشاركة الشعبية في صنع القرار. وتُعرض أدوات اتصال المنظمات غير الحكومية الدولية ومراميها في الجدول التالي:

أدوات اتصال المنظمات الدولية غير الحكومية	❖ تقارير دولية لفضح الانتهاكات والاختلالات ❖ حملات إعلامية لحشد الرأي العام ❖ شراكات محلية لتعزيز شرعية المجتمع المدني ❖ ضغط حكومي للتأثير بالسياسات والقوانين ❖ مؤتمرات عالمية لتدويل القضايا سياسيًا

ويكشف الدور الاتصالي للمنظمات غير الحكومية الدولية أنها تمثل قوة ضغط ناعمة قادرة على إحداث أثر ملموس رغم غياب السلطة الرسمية. فهي تستمد نفوذها من الشرعية الأخلاقية والقدرة على إثارة الرأي العام العالمي ضد الممارسات غير الديمقراطية. غير أن فعاليتها تعتمد على استقلاليتها عن القوى الكبرى، إذ قد تتعرض لاتهامات بالانتقائية أو خدمة أجندات خارجية. ومع ذلك، تبقى هذه المنظمات عنصرًا رئيسيًا في الاتصال السياسي العالمي، لأنها تُسهم في إدخال قيم حقوق الإنسان والتنمية المستدامة إلى قلب النقاشات السياسية الوطنية والدولية.

رابعًا: الشركات متعددة الجنسيات

تلعب الشركات متعددة الجنسيات دورًا متزايد الأهمية في الاتصال السياسي، نظرًا لحجمها الاقتصادي العابر للحدود وتأثيرها المباشر في السياسات الاقتصادية

والاجتماعية للدول. فهي تعتمد على استراتيجيات اتصالية متكاملة تشمل العلاقات العامة للتواصل مع الحكومات والجمهور، الحملات الإعلانية لتشكيل صورتها لدى المستهلكين، وبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تهدف إلى تعزيز شرعيتها الأخلاقية. وتُستخدم هذه الأدوات لخلق صورة إيجابية للشركات وإبراز مساهمتها في التنمية، مما يمنحها نفوذًا سياسيًا غير مباشر.

ونظرًا لضخامة استثماراتها وتشابكها مع الاقتصاديات الوطنية، تتمكن الشركات متعددة الجنسيات من التأثير على السياسات العامة، خصوصًا في مجالات الطاقة، التكنولوجيا، والاتصالات. فهي تمارس ضغوطًا على الحكومات عبر تهديدها بنقل استثماراتها أو عبر تقديم فرص استثمارية ضخمة. كما تلجأ إلى حملات اتصالية لإقناع الرأي العام بجدوى مشاريعها أو لإزالة الشبهات المرتبطة بممارساتها. هذا الدور يجعلها فاعلاً سياسيًا غير مباشر لكنه مؤثر بقوة في عملية صنع القرار. ويُوجِز الجدول التالي أدوات الاتصال المؤسسية للشركات متعددة الجنسيات وأهدافها:

أدوات الاتصال للشركات متعددة الجنسيات	❖ علاقات عامة لبناء ثقة الحكومات ❖ حملات إعلانية لتحسين الصورة الذهنية ❖ مسؤولية اجتماعية لتعزيز القبول المجتمعي ❖ ضغط اقتصادي للتأثير على القرار السياسي ❖ شراكات دولية لتوسيع النفوذ العالمي

يظهر من دراسة الأداء الاتصالي للشركات متعددة الجنسيات أنها أضحت فاعلاً سياسيًا عالميًا وليس فقط لاعبًا اقتصاديًا. فهي توظف أدوات الاتصال لبناء صورة إيجابية وتبرير نفوذها، لكنها في الوقت ذاته تُثير جدلاً حول حدود تأثيرها على السيادة الوطنية للدول. إذ يرى البعض أن حضورها يعزز التنمية ويوفر فرص عمل، بينما يعتبرها آخرون قوة ضغط تهدد استقلال القرار السياسي[102]. وعليه، فإن تقييم دور هذه الشركات في الاتصال السياسي يظل رهينًا بمدى توازنها بين

مصالحها الاقتصادية واحترامها للقوانين والسياسات الوطنية، بما يضمن اندماجها كفاعل إيجابي في النظام الدولي.

خاتمة الفصل الرابع

يبرز من خلال هذا الفصل أنّ الاتصال السياسي ليس حكرًا على جهة واحدة، بل هو عملية مركّبة يتداخل فيها الرسمي وغير الرسمي، المحلي والدولي، المؤسسي والمجتمعي. فالفاعلون الرسميون، باعتبارهم سلطات دستورية، يمثلون المصدر الشرعي للخطاب السياسي وصياغة القرارات، في حين يضفي الفاعلون غير الرسميين حيوية وتنافسية على النقاش العام. أما الفاعلون المجتمعيون، فيجسدون البعد الشعبي التشاركي الذي يمنح العملية السياسية معناها الديمقراطي. وعلى الصعيد الدولي، تكشف المنظمات الدولية، القوى الكبرى، المنظمات غير الحكومية، والشركات متعددة الجنسيات عن اتساع مجال الاتصال السياسي ليشمل بعدًا عابرًا للحدود. ومن خلال هذا التعدد في الفاعلين، يظهر أن الاتصال السياسي المعاصر أصبح فضاءً مفتوحًا للصراع والتأثير والتفاعل، ما يفرض ضرورة فهم هذه الأدوار بعمق لرسم صورة متكاملة عن تفاعل السياسة في زمن العولمة والرقمنة.

الفصل الخامس

قنوات الاتصال السياسي



تُعتبر القنوات الاتصالية الركيزة الأساسية لانتقال الرسائل السياسية من الفاعلين إلى الجمهور، حيث من خلالها تُبنى الجسور بين المؤسسات والمجتمع ويتم توجيه الخطاب وتشكيل الرأي العام. فالسياسة، في جوهرها، لا تنفصل عن الاتصال، حيث يعتمد كل فاعل سياسي على وسيلة أو أكثر لإيصال أفكاره، الدفاع عن مواقفه، أو كسب التأييد الشعبي. وتتنوع هذه القنوات بين تقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، وحديثة كوسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى الخطاب المباشر، المناظرات، الحملات والإعلانات السياسية. ويكشف هذا التنوع أن الاتصال السياسي لم يعد مجرد نقل للمعلومة، بل أصبح مجالاً تنافسيًا معقدًا يتداخل فيه الإعلامي بالرقمي، والرسمي بالشعبي، والمؤسسي بالجماهيري. ومن هنا تبرز أهمية هذا الفصل في تحليل أبرز القنوات الاتصالية لفهم أدوارها وأثرها في الحياة السياسية.

المبحث الأول: الخطاب السياسي

أولاً: مفهوم الخطاب السياسي

يُعد الخطاب السياسي الأداة التعبيرية التي يستخدمها الفاعلون السياسيون للتواصل مع الجمهور وصياغة المواقف والرؤى. وهو لا يقتصر على الخطب الرسمية، بل يشمل أيضًا البيانات، التصريحات، والحوارات الإعلامية. وتتمثل وظائفه في تفسير القرارات، إقناع الرأي العام، التعبئة حول مشروع أو قضية معينة، وبناء الشرعية السياسية للفاعل[103]. وبذلك فإن الخطاب السياسي ليس مجرد كلام، بل ممارسة اتصالية ذات أبعاد رمزية تهدف إلى التأثير في الوعي الجماعي وصياغة الاتجاهات الفكرية والسياسية.

ويختلف الخطاب السياسي عن الخطاب الإعلامي في كونه يحمل بعدًا مؤسساتيًا مباشرًا، فهو يصدر عن فاعلين سياسيين بهدف توجيه الرأي العام نحو مواقف أو سياسات محددة. أما الخطاب الإعلامي فيتسم غالبًا بالوساطة، حيث ينقل أو يفسر الخطاب السياسي للجمهور. كما يختلف عن الخطاب الدعائي الذي يعتمد على

التلاعب والإثارة العاطفية أكثر من اعتماده على الإقناع العقلاني. ومن هنا يظهر أن الخطاب السياسي يسعى لتحقيق التوازن بين الإقناع والبعد الرمزي، بينما يركز الإعلام على التفسير، والدعاية على التأثير النفسي المباشر. وهنا يعرض الجدول التالي أوجه الاختلاف بين الخطاب السياسي والإعلامي عبر المصدر والهدف والأدوات:

	الخطاب السياسي	الخطاب الإعلامي
مصدره	الفاعلون السياسيون (حكومة، أحزاب، نواب)	وسائل الإعلام (صحف، قنوات، منصات)
الهدف	الإقناع، التعبئة، الشرعية	التفسير، التحليل، الوساطة
الأدوات	خطب، بيانات، تصريحات رسمية	أخبار، مقالات، تقارير صحفية
الطابع	رسمي، مؤسساتي	وساطي، تفسيري
الجمهور المستهدف	المواطنون والرأي العام	الجمهور العريض

يُظهر هذا التمييز أن الخطاب السياسي يتمتع بخصوصية تضعه في قلب العملية السياسية باعتباره وسيلة لصياغة الشرعية وتوجيه السلوك الجماعي. ورغم قربه من الخطاب الإعلامي والدعائي، فإنه يحتفظ بسمته المؤسسية التي تعكس مسؤولية قائليه أمام المجتمع. غير أن التداخل بين هذه الأنواع يجعل الحدود بينها مرنة؛ فقد يتحول الخطاب السياسي إلى دعائي عندما يغلب عليه التلاعب، أو إلى إعلامي عندما يكون مجرد نقل للمعلومة. لذا فإن قوة الخطاب السياسي تقاس بقدرته على الجمع بين البعد العقلاني والرمزي، وبمدى تميزه عن الدعاية التي قد تُفقده المصداقية على المدى الطويل.

ثانيًا: إنتاج الخطاب السياسي

تقوم آليات إنتاج الخطاب السياسي على مجموعة من الخطوات تبدأ بتحديد الفاعل السياسي للرسالة التي يريد إيصالها، مرورًا باختيار مضمونها وأسلوب صياغتها، وصولاً إلى طريقة عرضها على الجمهور. وتُعتبر صياغة الخطب من أبرز صور إنتاج الخطاب السياسي، حيث يُراعى فيها البناء المنطقي للرسالة، استخدام الحجج العقلانية، والإيحاءات الرمزية. كما يشمل ذلك البيانات الرسمية، البلاغات، والتصريحات الصحفية التي تُبنى عادة بلغة مقننة تراعي البعد القانوني والمؤسساتي. ويُضاف إلى ذلك استخدام تقنيات الإلقاء والتواصل غير اللفظي التي تضفي قوة إضافية على الرسالة السياسية[104].

ويعتمد الخطاب السياسي بدرجة كبيرة على الرموز واللغة التي تُستخدم كأدوات للتأثير في الوعي الجمعي. فاللغة السياسية غالبًا ما تتسم بالانتقائية، إذ تختار الكلمات بعناية لتعكس قيمًا مثل الوطنية، الديمقراطية، العدالة، أو الأمن. وتُستعمل الرموز مثل العلم، النشيد الوطني، صور القادة، أو حتى الصور التاريخية لإضفاء شرعية على الخطاب وتعزيز قوته الإقناعية. كما تلعب الاستعارات والتشبيهات دورًا مهمًا في تبسيط القضايا المعقدة وتقديمها للجمهور بأسلوب قريب من وجدانهم. هذه الرمزية تجعل الخطاب السياسي أداة ليس فقط للإقناع، بل أيضًا لبناء الهوية الجماعية. ويمكن تلخيص آليات إنتاج الخطاب السياسي وأهدافها الاتصالية في الجدول الآتي:

آليات إنتاج الخطاب السياسي وأهدافه الاتصالية	❖ خطب رسمية لإقناع الجمهور ❖ بيانات مكتوبة لنقل المواقف ❖ رموز وطنية لبناء الشرعية ❖ لغة قيم لاستمالة الجمهور ❖ استعارات لتبسيط القضايا سياسيًا

ويكشف تحليل آليات إنتاج الخطاب السياسي أن فعاليته لا تعتمد فقط على المضمون، بل أيضًا على الشكل والرمزية التي تحيط به. فاختيار اللغة والرموز يعكس وعيًا بقدرة الكلمات والصور على تشكيل التصورات الجماعية. ومن هنا يظهر أن الخطاب السياسي ليس مجرد رسالة إخبارية، بل عملية اتصالية مركبة توظف العقل والعاطفة معًا. ومع ذلك، فإن المبالغة في الرمزية أو التكرار المفرط للشعارات قد يؤدي إلى فقدان الثقة أو ضعف التأثير. لذا فإن نجاح الخطاب السياسي يتطلب التوازن بين وضوح المضمون وقوة الشكل، بما يعزز مصداقيته واستدامة أثره في الوعي العام.

ثالثًا: أثر الخطاب السياسي في تشكيل الرأي العام

يمثل الخطاب السياسي إحدى الأدوات الأساسية في توجيه الرأي العام، إذ يمكنه أن يعزز الثقة في السلطة أو على العكس يثير الشكوك والانتقادات. فالخطب الرئاسية أو البرلمانية، مثلاً، غالبًا ما تترك أثرًا بالغًا في تشكيل مواقف المواطنين من السياسات والقضايا الوطنية. كما تلعب الحملات الخطابية دورًا بارزًا في الفترات الانتخابية حيث يسعى المرشحون إلى إقناع الناخبين عبر رسائل مركزة. حتى في أوقات الأزمات، يُظهر الخطاب السياسي قدرته على التهدئة أو التصعيد تبعًا لطريقة صياغته ولغته. ومن هنا، فإن أثره يتجاوز نقل المعلومة ليصبح عاملاً محددًا في رسم اتجاهات الرأي العام. ويمكن تلخيص أبرز مظاهر تأثير الخطاب السياسي في الرأي العام من خلال ما يلي:

أثر الخطاب السياسي في تشكيل الرأي العام	❖ توجيه المواقف السياسية للمواطنين ❖ تعزيز الثقة أو خلق الشكوك ❖ تعبئة الناخبين خلال الانتخابات ❖ تهدئة الأزمات أو تصعيدها ❖ التأثير بمشاعر الجمهور وتصوراته

يتضح أنّ أثر الخطاب السياسي يكمن أساسًا في مدى تفاعله مع السياق الاجتماعي والثقافي للجمهور، فكلما كان الخطاب قريبًا من اهتمامات الناس ولغتهم، كان تأثيره أعمق وأكثر استدامة. كما أن الثقة بالمتحدث تشكل عنصرًا حاسمًا في مدى استجابة الجمهور، إذ قد يفقد الخطاب قيمته إذا صدر عن فاعل يفتقر للمصداقية. ويظهر كذلك أن الخطاب السياسي ليس محايدًا، بل أداة لصياغة الواقع الاجتماعي والسياسي عبر الكلمات والرموز. وبذلك، يصبح فهم أثره شرطًا أساسيًا لفهم كيفية تشكل الرأي العام وتفاعله داخل المجتمعات.

المبحث الثاني: وسائل الإعلام التقليدية

أولاً: الصحافة المكتوبة

تمثل الصحافة المكتوبة أقدم وسيلة اتصال سياسي مؤسسية، إذ لعبت منذ نشأتها دورًا بارزًا في نقل الأخبار وتحليلها وصياغة النقاش العام[105]. فالجرائد اليومية والمجلات السياسية كانت وما تزال منابر رئيسية لتبادل الأفكار بين النخب والجمهور، حيث تنشر مقالات الرأي، الافتتاحيات، والتقارير المتخصصة. وتكمن قوتها الاتصالية في قدرتها على التوثيق والتحليل المعمق، مما يمنحها مكانة مرجعية في الحياة السياسية. كما تساهم في تشكيل أجندة النقاش عبر اختيار القضايا التي تضعها في صدارة صفحاتها الأولى.

ورغم أهميتها التاريخية، تواجه الصحافة المكتوبة اليوم تحديات كبرى بسبب التحول نحو الإعلام الرقمي وتراجع نسب المقروئية. فقد أصبح الجمهور يفضل السرعة والتفاعلية التي توفرها المنصات الرقمية على البطء النسبي للصحف الورقية. إضافة إلى ذلك، تعاني الصحافة التقليدية من ضغوط مالية بسبب تراجع الإعلانات، ما يضعف استقلاليتها وقدرتها على المنافسة. ومع ذلك، ما زالت الصحافة المكتوبة تحتفظ بدور نوعي في التحليل العميق وتقديم الرأي المستند إلى خبرة، مما يجعلها قناة اتصالية لا يمكن إلغاؤها وإن تضاءل تأثيرها الكمي. ويُبيّن الجدول التالي أدوار

الصحافة المكتوبة وتحدياتها في البيئة الرقمية:

أدوار الصحافة المكتوبة وتحدياتها	❖ نقل سياسي بانتظام رغم المنافسة الرقمية ❖ تحليلات معمّقة مقابل ضغوط مادية ❖ تشكيل أجندة رغم تراجع التأثير رقميًا ❖ توثيق تاريخي رغم ضعف حضور الشباب

رغم انحسار دورها الجماهيري، تواصل الصحافة المكتوبة أداء دور مرجعي بفضل قدرتها على التحليل والتوثيق، فبينما تراجعت قدرتها على منافسة الإعلام الرقمي من حيث الانتشار والسرعة، فإنها ما تزال قادرة على تقديم خطاب نوعي يضيف العمق للنقاش العام. وهذا يجعلها قناة مكملة للإعلام الجديد أكثر من كونها منافسة له. لذلك، فإن مستقبلها مرهون بقدرتها على التكيف مع البيئة الرقمية عبر الدمج بين الورقي والإلكتروني، مع الحفاظ على صدقيتها واستقلاليتها كمصدر للتحليل الرصين.

ثانيًا: الإذاعة والتلفزيون

تُعتبر الإذاعة والتلفزيون من أهم أدوات الاتصال السياسي الجماهيري، إذ يتمتعان بقدرة واسعة على الانتشار والوصول إلى شرائح كبيرة من المواطنين. فالإذاعة، بفضل بساطتها وتكلفتها المنخفضة، تمثل وسيلة فعّالة للوصول إلى المناطق النائية والجمهور محدود الإمكانيات، بينما يوفر التلفزيون حضورًا بصريًا يجعل الخطاب السياسي أكثر تأثيرًا وإقناعًا. وتتنوع أدوات الاتصال عبر هاتين الوسيلتين بين الخطب الرسمية، البرامج الحوارية، نشرات الأخبار، والتغطيات المباشرة للأحداث السياسية، مما يجعلها منصات مركزية للتأثير في الرأي العام وصياغة الأجندة الإعلامية.

وتكمن قوة الإذاعة والتلفزيون في قدرتهما على الجمع بين التغطية السريعة للأحداث والتأثير العاطفي من خلال الصوت والصورة. فالخطب السياسية التي تُبث عبر

التلفزيون تترك أثرًا أعمق بفضل لغة الجسد والصوت، في حين تتيح الإذاعة تواصلاً أكثر قربًا مع المستمع عبر البرامج التفاعلية. كما أن هذه الوسائل لعبت أدوارًا تاريخية في لحظات الأزمات والحملات الانتخابية، حيث شكّلت مصدر المعلومة الأول للمواطنين. ورغم التراجع النسبي أمام الإعلام الرقمي، ما زالت الإذاعة والتلفزيون تحافظان على تأثير معتبر، خاصة لدى الفئات التي لا تعتمد كثيرًا على المنصات الرقمية. ويعرض الجدول التالي أدوات الاتصال وأثرهما الاتصالي:

الإذاعة	نشر المعلومة بسرعة، تعزيز القرب من الجمهور
التلفزيون	تأثير بصري وسمعي قوي، صياغة الأجندة العامة

وعليه، يتجلّى دور الإذاعة والتلفزيون كركيزة أساسية في الاتصال السياسي رغم صعود الإعلام الرقمي. فقوة التلفزيون في الجمع بين الصورة والصوت تجعل منه وسيلة مؤثرة في تشكيل الانطباعات السياسية، بينما تمنح الإذاعة تواصلاً مباشرًا ومرنًا مع فئات واسعة من المواطنين. غير أن التحدي الأكبر يكمن في منافسة هذه الوسائل للإعلام الرقمي من حيث السرعة والتفاعلية. ومع ذلك، فإن استمرارية حضورها تعكس أن الاتصال السياسي لا يقوم فقط على التقنيات الجديدة، بل يعتمد على تنوع الوسائل التي تتكامل لتلبية حاجات جماهيرية مختلفة.

ثالثًا: الإعلام العمومي والرسمي والخاص

يشكل الإعلام العمومي أحد المكوّنات الأساسية في منظومة الاتصال السياسي، بحكم تمويله من المال العام وارتباطه بمبدأ الخدمة العمومية الموجّهة لجميع المواطنين. غير أن هذا الإعلام يكتسب في السياق العربي غالبًا طابعًا رسميًا، إذ يميل إلى تمثيل خطاب الحكومة وتوجهاتها الاتصالية، فيتحوّل إلى قناة ناطقة باسم السلطة السياسية. في المقابل، ينشط الإعلام الخاص ضمن منطق السوق والملكية المستقلة نسبيًا، ما يجعله أكثر حرية وتعددية في نقل المعلومات وتحليل السياسات، رغم إمكانية تأثره بمصالح ملاكه أو اعتبارات تجارية وسياسية[106]. وبغية توضيح الفروق

النظرية والعملية بين هذه المفاهيم المتداخلة، ولتعميق التمايز المفاهيمي والوظيفي، يعرض الجدول الآتي أبرز خصائص كل نمط:

الإعلام العمومي	مؤسسات عمومية مموّلة من الدولة لخدمة المجتمع، وأبرز خصائصه: ❖ هدفه الأساسي المصلحة العامة وتعزيز المواطنة ❖ استقلاليته مفترضة عن الحكومة رغم التمويل العمومي ❖ التزامات مهنية صارمة (التعددية، الإنصاف، حق الجمهور في المعرفة) ❖ يوفر خدمات إعلامية حتى إن كانت غير مربحة تجاريًا
الإعلام الرسمي	أجهزة إعلام تابعة للحكومة مباشرة، وأبرز خصائصه: ❖ هدفه الأساسي توحيد الخطاب الرسمي وتثبيت شرعية السلطة ❖ ارتباط مباشر بصانع القرار الحكومي ❖ أولوية واضحة للمصالح السياسية على المهنية الإعلامية ❖ يعزز المواطنة بقدر ما تخدم سردية الدولة واتجاهاتها
الإعلام الخاص	ملكية خاصة فردية أو مؤسساتية ويخضع لقواعد السوق، وأبرز خصائصه: ❖ هدفه الأساسي جذب الجمهور وتحقيق العائد التجاري ❖ يتمتع بحرية نسبية في نقد السلطة أو منافسي السوق ❖ التعددية ناتجة عن اختلاف المصالح والملّاك ❖ يعزز المواطنة عبر الرقابة والشفافية لكن ضمن منطق الربح والمنافسة

يتضح من الجدول السابق أنّ الإعلام العمومي يرتكز نظريًا على خدمة المجتمع، بينما ينصرف الإعلام الرسمي إلى خدمة السلطة السياسية حتى عند تبنيه خطابًا

وطنياً؛ إذ تُصبح قيم مثل المواطنة والشرعية أدوات دعم للسلطة لا غايات مستقلة بذاتها. وفي المقابل، يسهم الإعلام الخاص في توسيع هامش النقد والرقابة، غير أن استقلاليته تبقى مرهونة برأس المال. وهكذا، لا تتحقق صحة البيئة الاتصالية إلا عبر توازن دقيق بين الأنماط الثلاثة، بحيث لا تنفرد السلطة بالخطاب، ولا يستحوذ السوق على الحقيقة، ويظل الجمهور في صميم العملية الاتصالية.

المبحث الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي

أولاً: مميزات الاتصال الرقمي

أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تحولاً جذريًا في الاتصال السياسي، إذ تميزت بخصائص لم تكن متاحة في الإعلام التقليدي. فهي توفر سرعة فائقة في نشر الأخبار والمواقف، ما يجعلها المصدر الأول للمعلومات لدى فئات واسعة من الجمهور[107]. كما تمنح تفاعلية مباشرة بين الفاعلين السياسيين والجمهور من خلال التعليقات والمناقشات والردود الفورية. إضافة إلى ذلك، تتمتع بقدرة عالية على الانتشار والوصول إلى ملايين المستخدمين عبر أدوات بسيطة وبتكاليف منخفضة مقارنة بالقنوات التقليدية. هذه الخصائص جعلت الاتصال الرقمي قناة مركزية في السياسات الانتخابية والحملات الجماهيرية. وهنا يُجمل الجدول التالي أبرز مميزات الاتصال الرقمي:

مميزات الاتصال الرقمي	❖ سرعة النشر توجه الرأي العام فورًا ❖ تفاعلية مباشرة تعزز المشاركة السياسية ❖ انتشار واسع يوسّع نطاق التأثير ❖ تكلفة منخفضة تمكّن فاعلين جدد ❖ استهداف دقيق يرفع فعالية الإقناع ❖ محتوى جماهيري يجعل الجمهور فاعلًا

تتجلّى مميزات الاتصال الرقمي كما في الجدول التالي في إعادة تشكيل قواعد اللعبة الاتصالية بأكملها، فالتحول الرقمي لم يكن مجرد إضافة وسيلة جديدة. فقد أصبح المواطن ليس فقط متلقيًا، بل فاعلاً مشاركًا في إنتاج ونشر الخطاب السياسي. غير أن هذه المميزات تطرح تحديات مرتبطة بالتحقق من المعلومة وحدود السيطرة على تدفق الرسائل. وبالتالي، فإن الاتصال الرقمي يمثل سلاحًا ذا حدين: فهو يفتح المجال أمام مشاركة واسعة وديمقراطية أكبر، لكنه في الوقت نفسه قد يؤدي إلى فوضى معلوماتية إذا لم تُصاحب استخدامه استراتيجيات للتدقيق والضبط.

ثانيًا: المنصات الرقمية كقنوات سياسية

تُعتبر المنصات الرقمية أبرز ساحات التفاعل السياسي المعاصر، إذ تختلف أدوارها باختلاف طبيعتها وخصائص جمهورها. فـ«تويتر» يمثل منصة مركزية للنقاش السياسي السريع وصياغة الأجندة الإعلامية عبر الوسوم، بينما يوفر «فيسبوك» فضاءً للتعبئة الجماهيرية وتنظيم الحملات الرقمية. أما «يوتيوب» فيُستخدم كمنبر لنشر الخطابات المرئية والمضامين التحليلية المطوّلة، في حين يتيح «إنستغرام» و«تيك توك» الوصول إلى الأجيال الشابة عبر محتوى بصري مختصر يعتمد على الصورة والحركة[108]. هذا التنوع الوظيفي جعل المنصات الرقمية أدوات مركزية في التنافس السياسي والاتصالي المعاصر. وعليه، تُعرض أدوارها الأساسية في الجدول التالي:

أدوار المنصات الرقمية في الاتصال السياسي	❖ صياغة الأجندة والتأثير في النقاش ❖ تنظيم الحملات والتعبئة الجماهيرية ❖ نشر الخطابات والمضامين الإقناعية الطويلة ❖ بناء الصورة الرمزية للفاعل السياسي ❖ استقطاب الشباب وتوجيه اهتماماتهم

يكشف تحليل دور المنصات الرقمية أنها لم تعد مجرد فضاءات اجتماعية، بل

تحولت إلى أدوات رئيسية للاتصال السياسي. ورغم أن هذه المنصات تشترك في الأدوار الواردة أعلاه، فإن قوة بروز كل دور تختلف من منصة إلى أخرى تبعًا لطبيعة جمهورها، وطريقة تفاعلها، وأدواتها الاتصالية. غير أن هذا التنوع قد يؤدي إلى تشظي النقاش العام بدلاً من توحيده، إذ يصبح كل جمهور محصورًا في منصته الخاصة بما قد يحد من الحوار المشترك. لذلك، فإن التوظيف الفاعل لهذه المنصات يتطلب استراتيجيات اتصال متكاملة تراعي طبيعة الوسيلة وخصائص الجمهور المستهدف والهدف السياسي المراد تحقيقه.

ثالثًا: التحديات المرتبطة بالفضاء الرقمي

رغم المزايا المتعددة لوسائل التواصل الاجتماعي، فإنها تواجه تحديات جدّية تؤثر في جودة الاتصال السياسي. فانتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة أصبح ظاهرة عالمية تهدد الثقة في العملية السياسية. كما تُستغل المنصات الرقمية كثيرًا لنشر خطاب الكراهية والتحريض على العنف، بما يعمّق الانقسامات الاجتماعية ويضعف التماسك الوطني[109]. وإلى جانب ذلك، تتصاعد المخاوف حول الخصوصية وسلامة البيانات الشخصية بفعل الخوارزميات التي توظَّف أحيانًا في الاستهداف السياسي غير الأخلاقي. وبناءً على ما سبق، تُعرض أبرز التحديات الرقمية في النقاط التالية:

التحديات المرتبطة بالفضاء الرقمي	❖ أخبار زائفة تضعف الثقة السياسية ❖ خطاب كراهية يفاقم الانقسام الاجتماعي ❖ استغلال بيانات يهدد الخصوصية الفردية ❖ استقطاب حاد يشتت النقاش العام ❖ خوارزميات توجه الرأي دون وعي

المنصات الرقمية كما في الجدول السابق ليست أدوات محايدة، بل فضاءات قابلة للتلاعب والتوجيه بطرق قد تهدد سلامة المجال العام، وهو ما يجعل تحدياتها الاتصالية

والسياسية أكثر تعقيدًا. فهي تعزز المشاركة السياسية من جهة، لكنها قد تتحول إلى أداة للتضليل أو السيطرة العاطفية من جهة أخرى. الأمر الذي يفرض الحاجة إلى تشريعات ضابطة وسياسات تكنولوجية توازن بين حرية التعبير وحماية المجتمع من مخاطر المعلومات غير المنضبطة. ومن ثَمّ، فإن مستقبل الاتصال الرقمي سيظل رهنًا بمدى القدرة على إدارة هذه التحديات بما يخدم الديمقراطية ويصون الوعي الجمعي.

المبحث الرابع: المناظرات السياسية والمؤتمرات العامة

أولاً: المناظرات السياسية

تُعتبر المناظرات السياسية من أبرز القنوات الاتصالية العلنية التي تسمح بمواجهة الأفكار ومقارعة الحجج بين المنافسين السياسيين. فهي تمنح المرشحين والمسؤولين فرصة لعرض برامجهم والدفاع عن مواقفهم أمام الجمهور، كما تتيح للناخبين مقارنة البدائل السياسية بشكل مباشر. وتعد المناظرات فضاءً يرسخ الشفافية ويتيح للمواطن تقييم الخطاب السياسي والأداء الاتصالي بعيدًا عن الشعارات المجردة والدعاية الأحادية. وتعتمد المناظرات على مجموعة من الأدوات الاتصالية التي تجعلها تجربة مباشرة وقوية التأثير، ويمكن تلخيص أبرزها في القائمة التالية:

أدوات المناظرات السياسية وأثرها الاتصالي	❖ خطاب مباشر يوضح البرامج السياسية ❖ لغة جسد تعزز مصداقية المتحدث ❖ أرقام وبيانات تقوّي البرهنة العقلانية ❖ ردود فورية تكشف القدرة الحجاجية ❖ بث إعلامي يوسع التأثير الجماهيري

يتضح من تحليل المناظرات السياسية أنها ليست مجرد تبادل للآراء، بل اختبار علني لقدرة الفاعل السياسي على الإقناع وتحمّل المساءلة أمام الجمهور. كما تُعد أداة لتعزيز المشاركة السياسية وإثراء الوعي، لكنها قد تنقلب إلى عرض إعلامي إذا طغت عليها

الاستعراضات الدعائية على حساب النقاش الجاد. ورغم هذا التباين، تبقى المناظرات إحدى أهم القنوات الاتصالية التي تمنح المواطنين فرصة للمفاضلة المباشرة بين الشخصيات والبرامج، ما يسهم في تقوية العملية الديمقراطية وترسيخ التنافس السياسي المسؤول.

ثانيًا: المؤتمرات العامة

المؤتمرات العامة، سواء كانت حزبية أو وطنية أو دولية، تشكل فضاءً اتصاليًا يجمع بين صناع القرار والجمهور العريض. فهي وسيلة لإعلان التوجهات، إبراز الإنجازات، والتعبئة حول مشروع سياسي أو اقتصادي. كما تساهم في بناء الصورة العامة للفاعل السياسي، من خلال إظهاره في موقع القيادة والتنظيم والقدرة على الحشد. وإضافة إلى ذلك، تتيح هذه المؤتمرات تواصلاً مباشرًا مع الإعلام والرأي العام، ما يعزز حضورها وتأثيرها في المجال السياسي. وتستعين المؤتمرات العامة بجملة من الأدوات الاتصالية المتكاملة، يمكن تلخيص أبرزها في النقاط التالية:

أدوات المؤتمرات العامة وأثرها الاتصالي	❖ خطب قيادية تعزز الشرعية السياسية ❖ عروض مرئية تقوّي الرسالة البصرية ❖ رموز وطنية ترفع التعبئة الجماهيرية ❖ حضور إعلامي يوسع التأثير العام ❖ تنظيم محكم يعكس قوة القيادة

المؤتمرات العامة حسب الجدول السابق تمثل قناة اتصال جماعي واسعة التأثير، إذ تجمع بين الرمزية والتنظيم والانتشار الإعلامي في توصيل الرسائل السياسية للجمهور. فهي لحظة كثيفة الاتصالية تُستخدم لصياغة أجندة النقاش العام وإبراز موازين القوى. ومع ذلك، قد تتحول إلى مظاهر شكلية إذا غابت الرسائل الجادة والمضامين الموضوعية. لذلك، يظل تأثير المؤتمرات مرهونًا بمدى فعاليتها في الجمع بين الرسالة المقنعة والحشد المنظم بما يخدم العملية السياسية ويعزّز ثقة المواطنين.

المبحث الخامس: الحملات الانتخابية والإعلانات السياسية

أولاً: الحملات الانتخابية التقليدية

تمثل الحملات الانتخابية التقليدية إحدى قنوات الاتصال السياسي التي يلجأ إليها المرشحون للتواصل مع الناخبين. وتشمل هذه الأدوات اللقاءات الجماهيرية المباشرة، توزيع المنشورات والملصقات الدعائية، وتنظيم الخطب والتجمعات الشعبية. كما تُستخدم الجولات الميدانية والزيارات المحلية لإظهار قرب المرشح من المواطنين وإبراز اهتمامه بقضاياهم اليومية[110]. ولتوضيح الأدوات الاتصالية الأكثر اعتمادًا في هذا النوع من الحملات، يمكن تلخيصها فيما يلي:

أدوات الحملات الانتخابية التقليدية وأثرها الاتصالي	❖ لقاءات جماهيرية تعزز الدعم الشعبي ❖ منشورات دعائية تقدّم البرنامج الانتخابي ❖ خطب مباشرة ترفع التأثير العاطفي ❖ جولات ميدانية تقرّب المرشح من الناس ❖ زيارات محلية تكسب ثقة الفاعلين المجتمعيين

ما تزال الحملات الانتخابية التقليدية تحتفظ بفاعليتها وفقًا للجدول السابق، خصوصًا في البيئات التي يقل فيها الاعتماد على الوسائط الرقمية، رغم قِدم أدواتها وأساليبها. فهي تمنح الناخبين فرصة للتفاعل المباشر مع المرشح، ما يعزز الثقة ويخلق ارتباطًا شخصيًا. غير أن محدوديتها تكمن في كلفتها العالية وصعوبة الوصول بها إلى جميع الفئات، فضلاً عن ضعف تأثيرها لدى الشرائح الشابة الأكثر اعتمادًا على الإعلام الرقمي. لذلك، تبقى هذه الحملات أداة أساسية لكنها تحتاج إلى التكامل مع الوسائل الحديثة لضمان شمولية الوصول واتساع التأثير.

ثانيًا: الإعلانات السياسية

تشكل الإعلانات السياسية أداة اتصالية مكملة للحملات الانتخابية، إذ تهدف

إلى إيصال رسائل سريعة ومباشرة إلى الجمهور. فهي تأخذ أشكالاً متعددة مثل الإعلانات المكتوبة في الصحف، الإعلانات السمعية عبر الإذاعة، والإعلانات البصرية عبر التلفزيون[111]. ومع التحول الرقمي، أصبحت الإعلانات عبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة محورية، حيث يمكن استهداف فئات معينة بدقة من خلال الخوارزميات. وتتميز الإعلانات السياسية بقدرتها على الجمع بين التأثير البصري واللغوي لتثبيت صورة ذهنية معينة عن المرشح أو البرنامج السياسي. ولإبراز أهم أشكال الإعلانات السياسية وأثرها الاتصالي، يمكن تلخيصها فيما يلي:

أشكال الإعلانات السياسية وأثرها الاتصالي	❖ إعلانات ورقية تقدم مواقف موجزة ❖ إعلانات إذاعية تصل لجمهور واسع ❖ إعلانات تلفزيونية تؤثر بالصوت والصورة ❖ إعلانات رقمية تستهدف جمهورًا محددًا ❖ مرئيات قصيرة تعزز الحضور الشعوري

الإعلانات السياسية وسيلة فعّالة لنشر رسائل قصيرة ومركّزة، لكنها في الوقت ذاته تواجه تحديات تتعلق بصدقيتها وإقناع جمهور أكثر نقدية وانتقائية. فالجمهور أصبح أكثر وعيًا بالطابع الدعائي للإعلانات، ما يفرض على الأحزاب والمرشحين تقديم محتوى يتجاوز الشعارات إلى حلول واقعية. كما أن المنافسة الرقمية تتطلب استراتيجيات إبداعية توازن بين الإقناع والمصداقية لضمان استمرار التأثير في جمهور أكثر نقدية وانتقائية.

خاتمة الفصل الخامس

يبرز من خلال هذا الفصل أن قنوات الاتصال السياسي تمثل الأطر العملية التي تنتقل عبرها الرسائل من الفاعلين إلى الجمهور، وأن تنوع هذه القنوات يعكس تنوع الأدوار والوظائف التي يؤديها الاتصال في الحياة السياسية. فالخطاب السياسي يشكل الأساس الرمزي والفكري للتواصل، بينما تمثل وسائل الإعلام التقليدية

قنوات جماهيرية ما تزال تحتفظ بتأثير معتبر رغم صعود البدائل الرقمية. أما وسائل التواصل الاجتماعي فقد أحدثت نقلة نوعية بفضل خصائصها التفاعلية وقدرتها على الاستهداف، في حين تمنح المناظرات والمؤتمرات مساحة علنية للجدل والشفافية. وتأتي الحملات الانتخابية والإعلانات السياسية لتكمل المشهد بوصفها أدوات موجهة لحشد الناخبين والتأثير في اختياراتهم. وبهذا يتضح أن قنوات الاتصال السياسي ليست مجرد وسائط تقنية، بل هي مكونات بنيوية تحدد طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وتساهم في رسم ملامح العملية الديمقراطية وتوازناتها.

الفصل السادس

الرأي العام في الاتصال السياسي



يُمثل الرأي العام أحد المرتكزات الأساسية في دراسة الاتصال السياسي، إذ يمثل مجموع المواقف والاتجاهات التي يتبناها الأفراد والجماعات إزاء القضايا المطروحة في الساحة السياسية. فهو ليس مجرد انعكاس سلبي للخطاب السياسي، بل قوة فاعلة تؤثر في القرارات والسياسات وتشكل مصدرًا للشرعية أو الرفض. كما أن الرأي العام يتأثر بدوره بالقنوات الاتصالية المختلفة، من الإعلام التقليدي إلى الوسائط الرقمية، وبالفاعلين الذين يسعون إلى توجيهه أو استثماره. وتبرز أهمية هذا الفصل في كونه يكشف عن طبيعة العلاقة الجدلية بين الاتصال السياسي والرأي العام: فالأول يغذي الثاني بالمعلومات والرموز، بينما يشكل الثاني معيارًا للحكم على صدقية وفاعلية الخطاب السياسي. ومن هنا، يصبح فهم الرأي العام مدخلاً لفهم تفاعل السياسة المعاصرة وآليات عملها.

المبحث الأول: مفهوم الرأي العام

أولاً: التعريف

الرأي العام هو مجموعة المواقف والاتجاهات والتصورات التي يحملها الأفراد حول قضية أو موضوع سياسي أو اجتماعي معين. يتشكل هذا الرأي عبر تفاعل الأفراد داخل المجتمع من خلال النقاشات والاحتكاك بالمؤسسات والرسائل الإعلامية. وهو بطبيعته متغير وحركي، إذ يتأثر بالظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، كما يتبدل مع تطور الأحداث[112]. ويكتسب الرأي العام قيمته في كونه مؤشرًا على وعي المجتمع وتوجهاته، وأداة ضغط على صناع القرار للاستجابة لمطالبه أو تعديل سياساتهم.

ثانيًا: عناصر الرأي العام

يتكوّن الرأي العام من عناصر أساسية لا بد من توافرها كي يصبح فعّالاً في المجال العام، حيث تشمل هذه العناصر وجود جمهور محدد، وحدث أو قضية محورية، ورأي واضح، فضلاً عن ضرورة تبلور أغلبية تتبنى هذا الرأي وتدافع عنه، ويوضح الجدول

التالي العناصر الأساسية التي يقوم عليها الرأي العام:

عناصر واشتراطات الرأي العام	
وجود الأفراد	يُشترط وجود جماعة من أفراد المجتمع معنية بالموضوع
وجود الرأي	يُشترط وجود موقف أو وجهة نظر تجاه القضية أو الحدث
وجود الحدث	لا بد من وجود واقعة أو ظاهرة تستدعي اهتمامًا عامًا
وجود الأغلبية	يتطلب أن يكون هناك توافق نسبي من الأغلبية حول الرأي المطروح

ويتضح من الجدول السابق أن الرأي العام لا ينشأ من فراغ، بل هو نتاج تفاعل اجتماعي وسياسي يمر بمراحل متدرجة، يبدأ بالإحساس الفردي، ثم التعبير الشخصي، قبل أن ينتقل إلى مرحلة التفاعل والتقاطع مع آراء الآخرين، وصولاً إلى توافق جماعي يشكّل ما يُعرف بالرأي العام، وهذه المراحل تمثل تطور الرأي العام وتحوله من رأي فردي إلى ظاهرة اجتماعية فاعلة.

ثالثًا: مراحل تكوين الرأي العام

لكي يتحوّل الرأي الفردي إلى رأي عام مؤثر، لا بد أن يمر بسلسلة من المراحل المتكاملة التي تشمل الإدراك والتفاعل والجدل، وانتهاء بالتوافق العام، حيث تمر هذه العملية بمسار نفسي واجتماعي وسياسي يتأثر بالسياق العام والثقافة السائدة في المجتمع[113]، وعليه، يُبين الجدول التالي مراحل تشكّل الرأي العام:

المرحلة	الوصف
مرحلة الإحساس والإدراك	يتلقى الفرد معلومات حول حدث معين تؤثر على وعيه وفهمه
مرحة الرأي الفردي	يبدأ الفرد في تكوين موقف ذاتي تجاه الحدث ويعبر عنه شفهيًا
مرحلة صراع الرأي	هنا يبدأ الصراع بين رأيه ورأي الآخرين حول الموضوع

مرحلة تحول الرأي	يصل الأفراد إلى توافق جماعي يشكل رأيًا عامًا يُعبّر عن الأغلبية

وتؤدي هذه المراحل إلى بلورة رأي عام يمكن أن يؤثر في صناعة القرار، ويمنح السياسات العامة درجة من الشرعية، خاصة إذا تم تبنيه من قِبل مؤسسات الدولة أو القوى الفاعلة، لذلك يُعد فهم هذا المسار ضروريًا لتحليل اتجاهات المجتمع ومواقفه تجاه القضايا السياسية والاجتماعية.

رابعًا: خصائص الرأي العام

يتسم الرأي العام بعدد من الخصائص التي تجعله ظاهرة اجتماعية وسياسية معقدة ومتغيرة. فهو أولاً ظاهرة حركية؛ لا يبقى ثابتًا، بل يتبدل تبعًا للظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحيطة. إذ تتغير اتجاهاته مع الأحداث الكبرى مثل الأزمات والانتخابات والحروب، كما يتأثر بدرجة كبيرة بطريقة تناول هذه القضايا في وسائل الإعلام والخطاب السياسي[114]. وقد ازدادت سرعة تغيّره في العصر الرقمي، حيث يمكن لحدث طارئ أو حملة إعلامية عبر منصات التواصل أن يحدث تحولاً واسعًا في توجهات الجمهور خلال وقت قصير.

وترتبط اتجاهات الرأي العام بشكل وثيق بالبيئة التي يتكوّن فيها . فالثقافة السائدة، مستوى التعليم، طبيعة النظام السياسي، وأداء المؤسسات، جميعها عوامل تحدد شكل الرأي العام واتجاهاته. كما تلعب القيم الاجتماعية السائدة مثل العدالة والحرية والتضامن دورًا مهمًا في تشكيل المواقف العامة. لذلك، فإن فهم الرأي العام يستلزم دائمًا تحليل السياق الذي ينشأ فيه، لأنه لا يمكن تفسيره بمعزل عن بيئته الثقافية والسياسية والاجتماعية. ويمكن تلخيص خصائص الرأي العام في الجدول الآتي:

خصائص الرأي العام	❖ الرأي العام جماعي ويعبّر عن اتجاهات فئة من الناس ❖ يتشكّل حول قضية أو موضوع محدد ❖ يتغيّر ويتطور بتغير الظروف والأحداث ❖ يتأثر بوسائل الإعلام والقادة والمؤثرين ❖ يؤثر في القرارات والسياسات العامة ❖ يجمع بين التفكير العقلاني والانفعالات العاطفية ❖ يصعب قياسه بدقة بسبب اختلاف الفئات وتنوع الآراء ❖ حركي ويتفاعل بسرعة مع المستجدات والأزمات

تكشف خصائص الجدول السابق أن الرأي العام ظاهرة متحركة تتفاعل باستمرار مع السياق المحيط، وأنه يحمل طبيعة مزدوجة: فهو من جهة يعكس المزاج الاجتماعي، ومن جهة أخرى يعمل كقوة مؤثرة في القرارات السياسية. لذلك يتطلب التعامل معه من الفاعلين السياسيين والإعلاميين قدرًا كبيرًا من المرونة، والقدرة على قراءة المتغيرات وتحليل اتجاهاتها. كما يتضح أن الرأي العام لا يمكن فهمه إلا من خلال بيئته الخاصة، مما يجعله مؤشرًا حساسًا على طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع.

المبحث الثاني: تصنيفات الرأي العام

يمتاز الرأي العام بكونه ظاهرة متعددة الأبعاد، تختلف أشكاله باختلاف السياق الاجتماعي والسياسي الذي ينشأ فيه، وبحسب طبيعة القضايا المثارة، ومدى علنيتها، والفاعلين المؤثرين فيها. ومن ثمّ، يساعد تصنيف الرأي العام على فهم خصائصه وآليات تأثيره، وعلى تحليل كيفية تفاعله مع الاتصال السياسي ووسائل الإعلام. لذلك، سيتم التطرق إلى أبرز التصنيفات المتداولة للرأي العام وفق مجموعة من المعايير[115].

أولاً: من حيث الظهور

يُظهر الرأي العام اختلافًا واضحًا من حيث درجة علانيته، فقد يُعبَّر عنه بشكل مكشوف في الفضاء العام، أو يُحتفظ به سرًّا نتيجة الضغوط الاجتماعية والسياسية. وتساعد دراسة هذا التصنيف على فهم الفرق بين الرأي المعلن والرأي الكامن، خاصة في المجتمعات التي تعاني من قيود على حرية التعبير.

الرأي العام العلني	يُعبَّر عنه بوضوح عبر وسائل الإعلام أو التصريحات أو التجمعات، ويعد مؤشرًا على الحيوية الديمقراطية
الرأي العام الخفي	يُحتفظ به سرًا بسبب الخوف من السلطة أو الجماعات الضاغطة، ويكثر في الأنظمة الاستبدادية أو السياقات الحساسة

ثانيًا: من حيث التوقيت

يتشكل الرأي العام ضمن أطر زمنية متفاوتة؛ فقد يستقر على مدى طويل، أو ينبثق بصورة مؤقتة، أو يظهر يوميًا كردّ فعل للأحداث المستجدة. ويساعد هذا التصنيف في تقييم مدى استقرار الرأي العام وقدرته على التأثير في السياسات العامة.

الرأي العام الدائم	يتشكل حول قضايا استراتيجية طويلة الأمد، ويظل ثابتًا نسبيًا عبر الزمن
الرأي العام المؤقت	يرتبط بأحداث طارئة ويختفي بزوالها، مثل ردود الفعل على الأزمات
الرأي العام اليومي	يتفاعل مع الأحداث المتكررة ويعكس المزاج الاجتماعي المتقلب

ثالثًا: من حيث المكان

تتحدد طبيعة الرأي العام أيضًا بناءً على النطاق الجغرافي الذي يتشكّل ضمنه، سواء داخل حدود دولة معينة، أو عبر مجموعة دول، أو في إطار عالمي. ويكشف هذا التصنيف عن اتساع دائرة التأثير وعمق البعد الدولي للقضايا العامة.

الرأي العام الوطني	يتعلق بقضايا داخلية تخص سكان دولة معينة
الرأي العام الإقليمي	يتكوّن على مستوى منطقة جغرافية تضم عدة دول ذات مصالح مشتركة
الرأي العام الدولي	يعكس مواقف عالمية تجاه قضايا تمس النظام الدولي أو الإنسانية

رابعًا: من حيث الصفة

يتراوح الرأي العام بين الواقعية القائمة على الحقائق، والعاطفية التي تستند إلى الانفعالات. ويساعد فهم هذا التصنيف على تحليل مدى موضوعية مواقف الجمهور وقابليتها للاستغلال أو التضليل.

الرأي العام الواقعي	يعتمد على معلومات دقيقة ويعكس مشكلات حقيقية يشعر بها المجتمع
الرأي العام العاطفي	يستند إلى الانفعالات وقد يتشكل تحت تأثير الإعلام أو الخطاب الدعائي

خامسًا: من حيث التصنيف الاجتماعي

يختلف الرأي العام باختلاف الفئات الاجتماعية التي تعبّر عنه، سواء كانت نخبًا قيادية، أو طبقات مثقفة، أو جماهير منقادة. ويُبرز هذا التصنيف التفاوت في الوعي السياسي بين شرائح المجتمع.

الرأي العام القائد	يمثل مواقف النخبة الحاكمة أو القيادات السياسية
الرأي العام المثقف	يعبر عن الفئات الواعية والنقدية ذات المستوى التعليمي المرتفع
الرأي العام المنقاد	يصدر عن الفئات الأقل تعليمًا وتكون أكثر عرضة للتأثير الدعائي

سادسًا: من حيث المصداقية

تسهم الظروف السياسية والإعلامية في تحديد مدى صدق الرأي العام، فقد يكون

صادقًا ومعبرًا عن المجتمع، أو مضللاً نتيجة حملات دعائية أو معلومات مشوهة. ويعد هذا التصنيف ضروريًا لتمييز الرأي المتولد ذاتيًا عن الرأي المصنّع.

الرأي العام الحقيقي	يعكس الاتجاهات الفعلية للجمهور دون تدخل أو تلاعب
الرأي العام المضلل	يتشكل نتيجة حملات تضليل إعلامي أو توجيه مقصود للرأي العام

سابعًا: من حيث الاتجاه

ينقسم الرأي العام في كثير من الدراسات السياسية إلى ثلاثة اتجاهات رئيسية تعكس الموقف الشعوري والمعرفي للجمهور تجاه قضية ما، وهو تصنيف يُستخدم في استطلاعات الرأي وتحليل الحملات الانتخابية.

الرأي العام المؤيد	يمثّل الجمهور الذي يتبنى موقفًا داعمًا أو إيجابيًا تجاه قضية سياسية
الرأي العام المعارض	يعكس الاتجاه الرافض أو الناقد لسياسة أو قرار أو فاعل سياسي معين
الرأي العام المحايد	يمثّل الفئات التي لم تُكوّن موقفًا حاسمًا؛ وغالبًا ما تكون موضع استهداف الحملات الانتخابية

يتضح من هذا العرض أن الرأي العام يتنوع وفق عوامل متعددة ترتبط بطبيعته وظهوره وانتشاره ودرجة موضوعيته. ويكشف هذا التعدد أن الرأي العام ليس كتلة واحدة متجانسة، بل هو منظومة حركية تتفاعل مع السياق السياسي والاجتماعي والإعلامي. ومن هنا، يصبح فهم هذه الأنماط أداة تحليلية مهمة لفهم آليات تأثير الرأي العام في الاتصال السياسي وكيفية توظيفه أو قياسه بصورة دقيقة وموضوعية.

المبحث الثالث: وسائل تشكيل الرأي العام

أولاً: الأسرة والمدرسة والمؤسسات (الدينية والثقافية)

تُعدّ الأسرة والمدرسة من أهم المؤسسات الأولى التي تُسهم في تشكيل الرأي العام عبر عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية. فالأسرة تمثل الإطار الأول الذي يتلقى فيه الفرد قيمه واتجاهاته الأولية تجاه السلطة والمجتمع، كما تغرس فيه المعتقدات والسلوكيات التي تؤثر لاحقًا في مواقفه العامة. أما المدرسة، بمراحلها المختلفة وصولاً إلى الجامعة، فتؤدي دورًا أساسيًا في نقل المعرفة، وتعزيز الوعي بالحقوق والواجبات، وترسيخ قيم المواطنة والانتماء. وتتكامل المؤسسات الدينية والثقافية مع هاتين المؤسستين من خلال خطابها القيمي والأخلاقي، والذي يسهم في بناء تصور عام مشترك لدى الجمهور حول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية.

وتعتمد هذه المؤسسات في تأثيرها على الأفراد على مجموعة من الأساليب المباشرة وغير المباشرة. فالأسرة تؤثر عبر التوجيه اليومي، القدوة، والعادات المتوارثة، في حين تعتمد المدرسة والجامعة على المناهج الدراسية، الأنشطة الثقافية، والممارسات التربوية التي تسهم في صياغة وعي متماسك لدى الطلبة. كما تستخدم المؤسسات الدينية والخطابية وسائلها التقليدية مثل الخطب والمحاضرات والمناسبات العامة لنشر قيمها ورسائلها، بينما تعمل المؤسسات الثقافية على تعزيز الهوية والوعي عبر الأنشطة الفنية والمعرفية. ويمكن تلخيص أبرز المؤسسات المؤثرة في تشكيل الرأي العام في الجدول الآتي:

المؤسسات المؤثرة في تشكيل الرأي العام	❖ الأسرة ❖ المدرسة والجامعة ❖ المؤسسات الدينية ❖ المؤسسات الثقافية

يبين الجدول السابق أن هذه المؤسسات تمثل القاعدة الأساسية لتكوين الرأي العام، إذ تُغرس من خلالها القيم والمواقف الأولية التي تُبنى عليها الاتجاهات اللاحقة لدى الأفراد. ورغم بروز تأثير الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحديث، فإن تأثير مؤسسات التنشئة الاجتماعية يبقى عميقًا وطويل المدى، نظرًا لارتباطه بالمراحل التكوينية الأولى في حياة الفرد. ومن ثم، يتضح أن الرأي العام ليس نتاجًا آنيًا للرسائل الإعلامية فقط، بل هو عملية تراكمية ممتدة تبدأ من الأسرة، مرورًا بالمؤسسات التعليمية والدينية والثقافية، وصولاً إلى الفاعلين الاتصاليين الجدد.

ثانيًا: وسائل الإعلام التقليدية

تمثل وسائل الإعلام التقليدية، بما فيها الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون، أحد أهم المسارات التاريخية في تشكيل الرأي العام. فقد أسهمت في نقل الأخبار السياسية وتفسيرها، ومنحت المواطنين إطارًا عامًا لفهم القضايا الوطنية والدولية. ومن خلال عملية انتقاء الموضوعات وتحديد زوايا المعالجة، ترسم هذه الوسائل ما يُعرف بـ «أجندة الإعلام» التي تحدد بدورها القضايا التي تشغل اهتمام الجمهور. وقد تمتعت خلال عقود طويلة بمكانة قوية باعتبارها المصدر الرئيسي للمعلومة، قبل أن تظهر الوسائط الرقمية وتعيد تشكيل خارطة التأثير الإعلامي.

ورغم استمرار حضورها، تواجه وسائل الإعلام التقليدية تحديات متنامية تقلل من قدرتها على التأثير المباشر في الرأي العام. فقد أدى انتشار الإعلام الرقمي إلى تنويع مصادر المعرفة، ما جعل الجمهور أقل اعتمادًا على الوسائل التقليدية كمصدر وحيد. كما أن ارتباط بعض المؤسسات الإعلامية بالسلطة السياسية أو بالمصالح الاقتصادية أثار نقاشًا حول مستوى الثقة فيها. ومع ذلك، لا تزال هذه الوسائل تحتفظ بجاذبيتها لدى شرائح معينة، خصوصًا كبار السن والنخب التي تميل إلى التحليل المعمق والرسائل المبنية على المهنية والضبط التحريري. ويمكن تلخيص أبرز عناصر الإعلام التقليدي المؤثرة في الرأي العام في الجدول الآتي:

الإعلام التقليدي وأثره في الرأي العام	❖ الصحافة ❖ الإذاعة ❖ التلفزيون

يتضح من مراجعة دور هذه الوسائل أنها ما تزال تمارس تأثيرًا معتبرًا في الرأي العام رغم المنافسة القوية التي فرضها الإعلام الرقمي. فوظيفتها في تفسير الأحداث وتقديم محتوى تحليلي معمّق يمنحها وزنًا اتصاليًا لا يمكن تعويضه بسهولة عبر المنصات السريعة. غير أن استمرار فاعليتها مرتبط بدرجة استقلاليتها ومهنيتها؛ فكلما تراجع مستوى الحياد والمصداقية، تقلص تأثيرها. ومن ثم، فإن موقع الإعلام التقليدي في المشهد المعاصر يقوم على التكامل مع الوسائط الرقمية بدلاً من الانعزال عنها.

ثالثًا: وسائل التواصل الاجتماعي

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تحولاً جذريًا في آليات تشكيل الرأي العام، إذ أتاحت للأفراد والجماعات مساحة مباشرة للتعبير والمشاركة في النقاشات السياسية. فأصبحت منصّات مثل فيسبوك وإكس ويوتيوب وإنستغرام فضاءات مفتوحة للنقاش الحر، حيث تنتقل الأخبار والآراء بسرعة لافتة وتتخطى الحدود الجغرافية. وتمتاز هذه الوسائل بقدرتها على تفكيك احتكار الإعلام التقليدي للمعلومة، إضافة إلى تمكين الفئات المهمشة من إيصال صوتها والتأثير في النقاش العام. ولذلك برزت كأحد أهم أدوات الحشد الرقمي والتعبئة السياسية في العصر الراهن.

ورغم القوة التي اكتسبتها هذه المنصّات، إلا أنها تواجه تحديات متعلقة بمصداقية المحتوى وانتشار الأخبار الزائفة. كما تساهم في بعض الحالات في تغذية الاستقطاب السياسي عبر «فقاعات الرأي» التي تحصر المستخدم داخل محتوى يعزز قناعاته المسبقة. ويُضاف إلى ذلك أن الخوارزميات التي تعتمدها هذه المنصّات تمنح الشركات المالكة سلطة غير مباشرة على ما يراه الجمهور [116]، مما يؤثر على تشكيل

اتجاهات الرأي العام. لذلك يمكن النظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها أداة مزدوجة: توسّع المشاركة العامة من جهة، لكنها تطرح قضايا جوهرية تتعلق بالشفافية والمسؤولية. ويمكن استعراض أبرز منصّات التواصل الاجتماعي المؤثرة في صناعة الرأي العام من خلال الجدول الآتي:

منصّات التواصل الاجتماعي المؤثرة	❖ فيسبوك ❖ إكس ❖ يوتيوب ❖ إنستغرام ❖ تيك توك ❖ سناب شات

يتضح من متابعة دور هذه المنصّات أنها أحدثت انقلابًا في بنية الاتصال السياسي، حيث تراجع الدور المركزي للإعلام التقليدي لصالح فضاءات رقمية مفتوحة أمام الأفراد والجماعات. ولم تعد هذه الوسائل مجرد أدوات للتواصل الشخصي، بل تحولت إلى ساحات للنقاش العام، وتبادل الأفكار، وصناعة الأجندة الإعلامية. ومع ذلك، ترافق هذه التحولات مخاطر حقيقية، أبرزها انتشار التضليل، وصناعة المحتوى الموجّه، وتصاعد الاستقطاب الذي قد يُقسّم المجتمع إلى دوائر مغلقة. ومن ثم يمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في توسيع دائرة المشاركة الديمقراطية، لكنها في المقابل طرحت تحديات تستدعي معالجات تتعلق بالمصداقية والرقابة والحياد المعلوماتي.

رابعًا: النخب السياسية والفكرية

تشكل النخب السياسية والفكرية إحدى أبرز القوى المؤثرة في تشكيل الرأي العام، وذلك من خلال طرح الأفكار وصياغة المواقف الناقدة أو الداعمة للسلطة. وتشمل

هذه الفئة المثقفين والأكاديميين والمفكرين وقادة الرأي والخبراء المتخصصين في الشؤون السياسية والاجتماعية. ويعود تأثيرهم المضاعف إلى اعتمادهم خطابًا تحليليًا مرتكزًا على المعرفة العلمية، مما يمنح مداخلاتهم وزنًا وشرعية معرفية. ومن خلال المقالات الصحفية، المؤلفات، الندوات، والبرامج الإعلامية، تسهم هذه النخب في توجيه النقاش العام وإغناء المجال السياسي برؤى جديدة ومقاربات تفسيرية متجددة.

وتستند النخب في تأثيرها إلى مجموعة واسعة من الأدوات الاتصالية؛ فهناك التحليلات الأكاديمية التي تقدم قراءات معمقة للأحداث، إضافة إلى الحوارات الإعلامية التي تسلط الضوء على السياسات وتضعها تحت مجهر النقد والتقييم. كما تعتمد هذه الفئة على المنصات الرقمية للوصول إلى جمهور أوسع، خاصة من الشباب، مما يعزز قدرتها على التأثير في اتجاهات الرأي العام. يضاف إلى ذلك دورها في تقديم الاستشارات السياسية لصنّاع القرار، وهو ما يمنحها تأثيرًا مباشرًا وغير مباشر في الحياة السياسية. ويمكن تلخيص أبرز وسائل تأثير النخب في الرأي العام في الجدول الآتي:

وسائل تأثير النخب في الرأي العام	❖ الإنتاج الفكري والتحليل ❖ الظهور في الإعلام التقليدي ❖ النشاط على المنصّات الرقمية ❖ الندوات والمؤتمرات العلمية ❖ الاستشارات السياسية وصنع القرار

يتضح من حضور النخب في المجال العام أنها تمثل جسرًا يربط بين المعرفة والممارسة السياسية، إذ تمنح النقاش العام بعدًا عقلانيًا يتجاوز ردود الفعل الآنية. غير أن فاعليتها ترتبط بمدى استقلاليتها ومهنيتها؛ فكلما ازداد انخراطها في الحسابات الحزبية أو المصالح الضيقة، تراجع تأثيرها وفقدت جزءًا من مصداقيتها. وفي

المقابل، يبرز دورها الإيجابي حين تُسهم في توجيه الوعي الجماعي نحو نقاش مبني على الحجة والمعرفة. ومن ثم، يمكن اعتبار هذه النخب عنصرًا محوريًا في تعزيز بيئة سياسية رصينة ومتوازنة.

المبحث الرابع: استطلاعات الرأي وتأثيرها السياسي

أولاً: مفهوم استطلاعات الرأي وأهميتها

تُعرَّف استطلاعات الرأي بوصفها أداة بحثية تستهدف قياس اتجاهات الجمهور ورصد مواقفه من القضايا السياسية، اعتمادًا على منهجيات إحصائية تسمح بالحصول على نتائج قابلة للتعميم على المجتمع[117]. وتكمن أهميتها في قدرتها على تقديم صورة مباشرة عن المزاج العام، مما يساعد الفاعلين السياسيين على مراجعة السياسات وتطوير استراتيجيات تتوافق مع أولويات المواطنين. كما تمنح هذه الآلية الأفراد شعورًا بأن آرائهم جزء من العملية السياسية ويتم التعامل معها بوصفها معطيات تؤثر في القرار العام.

ولا يقتصر دور الاستطلاعات على التعرف إلى ميول الناخبين، بل يمتد ليشمل بناء الاستراتيجيات الانتخابية وتوجيه الحملات الإعلامية. فالحكومات تستفيد من نتائجها لتقدير شعبية المرشحين ورصد تأثير القرارات السياسية، كما يعتمد عليها الإعلاميون والمحللون في تفسير اتجاهات الرأي العام وتحليل التحولات السياسية. وبذلك أصبحت الاستطلاعات عنصرًا أساسيًا ضمن أدوات الاتصال السياسي الحديثة. ويعرض الجدول التالي أبرز المجالات التي تُسهم فيها هذه الدراسات:

أثر استطلاعات الرأي في المجال السياسي والإعلامي	❖ قياس المزاج العام داخل المجتمع ❖ دعم صناعة القرار السياسي ❖ توجيه صياغة الحملات الانتخابية ❖ توفير مرجع تحليلي للإعلام ❖ التأثير النفسي في الناخبين خلال الفترات الانتخابية ❖ تقييم الأداء الحكومي ومتابعة مستوى الرضا العام

وهنا، تشير الخبرة العملية إلى أن استطلاعات الرأي تُقدّم قراءة مهمة للرأي العام، لكنها في الوقت نفسه قد تؤثر فيه. فهي تساعد السياسيين على فهم أولويات المجتمع، إلا أنها قد تتحول إلى وسيلة ضغط حين تُستخدم للتأثير النفسي على الناخبين أو توجيه خياراتهم خلال الفترات الانتخابية. كما أن موثوقيتها تعتمد على سلامة المنهجية وحجم العينة وشفافية الجهة المنفذة، وهو ما يجعل نتائجها ذات قيمة عالية حين تُدار وفق معايير علمية، لكنّها قد تثير الشكوك أو تُستغل في حملات دعائية إذا افتقدت للحياد والضبط المهني.

ثانيًا: طرق إجراء الاستطلاعات

يُستخدم الاستطلاع الميداني على نطاق واسع في البحوث الاجتماعية والسياسية، حيث تُجمع البيانات عبر مقابلات مباشرة مع عينة ممثلة من المواطنين [118]. ويمتاز هذا الأسلوب بقدرته على التحقق من هوية المشاركين وتفسير إجاباتهم بقدر أكبر من الدقة، غير أنه يحتاج إلى وقت أطول وتكاليف أعلى، وقد يواجه صعوبة في الوصول إلى بعض الفئات. ولهذا يُفضَّل غالبًا في الدراسات التي تتطلب مستوى مرتفعًا من الدقة أو في البيئات التي لا تعتمد كثيرًا على الوسائل الرقمية.

ومع التوسع في استخدام التقنيات الحديثة، أصبحت الاستطلاعات الهاتفية والرقمية خيارات أكثر سرعة ومرونة. فالاستطلاع الهاتفي يتيح إمكانية الوصول إلى شريحة

واسعة خلال زمن قصير، رغم انخفاض نسب الاستجابة في بعض الحالات. أما الاستطلاعات الرقمية – سواء عبر البريد الإلكتروني أو المنصات الإلكترونية – فتتميز بانخفاض التكلفة وسرعة جمع البيانات، إلا أنها تثير تساؤلات تتعلق بمدى تمثيل العينة للمجتمع، خصوصًا لدى الفئات الأقل استخدامًا للتكنولوجيا[119]. وبالتالي يتحدد الأسلوب الملائم وفق طبيعة الموضوع والموارد المتاحة ومستوى الدقة المطلوب. وتُعرض فيما يلي أبرز طرق إجراء الاستطلاعات:

طرق إجراء الاستطلاعات	❖ الاستطلاع الميداني ❖ الاستطلاع الهاتفي ❖ الاستطلاع الرقمي

تُظهر مقارنة هذه الأساليب أن لكل طريقة مميزات تجعلها مناسبة لسياقات معينة دون غيرها. فالاستطلاع الميداني يوفر بيانات أكثر دقة لكنه يستغرق وقتًا أطول، في حين تمنح الأساليب الهاتفية والرقمية سرعة وكفاءة أعلى على حساب التمثيل والعمق. وهذا يؤكد أن جودة نتائج الاستطلاعات ترتبط بسلامة اختيار المنهجية إلى جانب صدق إجابات المشاركين، مما يجعل الجمع بين أكثر من أسلوب خيارًا فعّالاً لتقليل الخطأ وزيادة موثوقية البيانات.

ثالثًا: أثر الاستطلاعات على الفاعلين السياسيين والجمهور

تُعدّ استطلاعات الرأي مصدرًا معلوماتيًا مهمًا للفاعلين السياسيين، إذ تمنحهم تصورًا لحظيًا عن اتجاهات الجمهور وتفضيلاته. وتستفيد القوى السياسية منها في تعديل برامجها وصياغة رسائل انتخابية أكثر ملاءمة لأولويات الناخبين، كما يعتمد عليها المرشحون لتوجيه حملاتهم نحو الفئات الأكثر تأثيرًا. وتستخدمها المؤسسات الحكومية في متابعة مستوى الرضا عن السياسات العامة وتقدير مدى قبول القرارات المطروحة. وفي بعض الأحيان، قد تدفع النتائج السياسيين إلى إعادة النظر في استراتيجياتهم أو تبني مواقف جديدة لتعزيز ثقة الجمهور.

ولا يقتصر أثر الاستطلاعات على الفاعلين السياسيين، بل يمتد ليشمل الجمهور نفسه. فمجرد نشر النتائج قد يؤدي إلى ما يُعرف بـ «تأثير القاطرة»، حيث يميل بعض الأفراد إلى دعم الطرف المتصدر في المؤشرات، بينما قد يدفع آخرين إلى الشعور بأن النتائج محسومة مسبقًا[120]، ما يولد حالة من اللامبالاة السياسية. كما تُسهم الاستطلاعات في توسيع النقاش العام وإعادة ترتيب أولويات القضايا، غير أنها قد تُستغل في توجيه الرأي العام بشكل غير مباشر عبر الإيحاء بتفوق اتجاه معين. وفيما يأتي موجز لأبرز الآثار التي تُحدثها استطلاعات الرأي في الفاعلين السياسيين والجمهور:

أثر الاستطلاعات على الفاعلين السياسيين والجمهور	❖ تعديل البرامج السياسية ❖ توجيه الحملات الانتخابية ❖ تقييم السياسات الحكومية ❖ التأثير النفسي في الناخبين ❖ خلق شعور بالحسم أو اللامبالاة ❖ إعادة ترتيب أولويات النقاش العام

تبيّن القراءة التحليلية أن استطلاعات الرأي لا تعمل بوصفها أداة قياس محايدة فحسب، بل تؤدي دورًا فاعلاً في تشكيل السلوك السياسي وصياغة النقاش العام. فهي تُوجّه الفاعلين السياسيين نحو استراتيجيات أكثر توافقًا مع اتجاهات الجمهور، وتؤثر في اختيارات الناخبين من خلال ما تعكسه من ميول عامة. غير أن حجم هذا التأثير يظل مرتبطًا بمدى شفافية المنهجية ومصداقية الجهة المنفذة؛ إذ تتحول الاستطلاعات إلى عنصر داعم للعملية الديمقراطية حين تُدار بحرفية، بينما قد تصبح وسيلة دعائية خطرة إذا استُخدمت لتزييف الواقع أو التلاعب بوعي الجمهور.

خاتمة الفصل السادس

يُظهر هذا الفصل أن الرأي العام ليس مجرد انعكاس سلبي للخطاب السياسي، بل هو عنصر فاعل يسهم في توجيه مسار الحياة السياسية وصناعة القرار العام. وقد تبين أن الرأي العام يتشكل عبر شبكة معقدة من العوامل تشمل مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ووسائل الإعلام التقليدية والرقمية، والنخب السياسية والفكرية، فضلاً عن البيئة الاجتماعية والثقافية التي تحتضن هذا كله. كما برزت استطلاعات الرأي بوصفها أداة مزدوجة لقياس اتجاهات الجمهور وللتأثير فيها في الوقت ذاته، خاصة مع تطور تقنيات الاستهداف الدقيق والاعتماد على البيانات والخوارزميات. وتوضح هذه المعطيات أن الرأي العام يمثل نتاج علاقة جدلية بين الفاعلين السياسيين والقنوات الاتصالية والجمهور، وأن فهمه يتطلب تحليلاً مستمرًا للتفاعلات المتغيرة التي تحكم هذا التفاعل. ومن ثمّ، فإن الرأي العام يُعد معيارًا أساسيًا لشرعية النظام السياسي واستقراره، وأحد أبرز المؤشرات على حيوية المجال العام وقدرته على استيعاب التعددية والتعبير عن مطالب المجتمع.

الفصل السابع

استراتيجيات التأثير في الاتصال السياسي



لم يعد الاتصال السياسي مجرد عملية تبادل رسائل بين الفاعلين السياسيين والجمهور، بل أصبح منظومة متكاملة من الأساليب التقنية والرمزية المصممة للتأثير في الوعي وتوجيه السلوك. وتداخلت في هذا التحول أدوات الإقناع التقليدية مع آليات أكثر تعقيدًا توظف الرموز واللغة والصور، إضافة إلى تقنيات الاستهداف الرقمي القائمة على تحليل البيانات والخوارزميات. كما برزت أساليب أخرى تمزج بين التضليل، والإلهاء، وصناعة الانطباعات، مما جعل المجال السياسي بيئة تنافسية شديدة التعقيد. ويستعرض هذا الفصل أهم الاستراتيجيات التي تُستخدم اليوم في التأثير على الرأي العام، بمختلف أشكالها الرمزية والإعلامية والرقمية، مع إبراز آليات اشتغالها وحدودها وما تثيره من رهانات معرفية وأخلاقية. ويمثل هذا التحليل مدخلاً أساسيًا لفهم كيفية تشكّل السلوك السياسي في العصر الحديث.

المبحث الأول: الإقناع والتأطير

تبرز أهمية هذا المبحث في تحليل كيفية اشتغال الخطاب السياسي على المستويين العقلي والرمزي، وكيف تُستخدم اللغة والرموز لتوجيه الفهم وصناعة القبول العام. ويكشف هذا التحليل عن أن التأثير السياسي لا يتحقق فقط عبر المعلومات المباشرة، بل كذلك من خلال بناء معانٍ إيحائية تُعيد ترتيب أولويات الجمهور وتصوراته.

أولاً: الإقناع السياسي

يُعد الإقناع محورًا أساسيًا في الاتصال السياسي، إذ يعتمد السياسيون على تقنيات إقناعية تهدف إلى التأثير في مواقف الجمهور دون اللجوء إلى الإكراه. ويقوم هذا الأسلوب على تقديم رسائل مهيكلة تستند إلى الأدلة والمنطق والعاطفة، مع مراعاة خصائص الجمهور والقضايا المطروحة [121]. كما يستند الإقناع إلى فهم السياق الاجتماعي والثقافي، بحيث تتوافق الرسائل مع منظومة القيم السائدة، مما يعزز فاعليتها ويجعلها أكثر قدرة على التأثير.

وتتنوّع آليات الإقناع بحسب الهدف السياسي، فهناك الإقناع المباشر الذي يعتمد على

البيانات والأرقام لشرح السياسات، والإقناع غير المباشر الذي يرتكز على السرديات والتجارب الشخصية والقصص الرمزية لخلق علاقة وجدانية مع الجمهور. كما تُعدّ مصداقية المتحدث أحد العوامل الحاسمة في نجاح عملية الإقناع، إلى جانب وضوح الرسالة وبساطة طرحها. ويُبيّن الجدول التالي أبرز آليات الإقناع السياسي المستخدمة في الخطاب الحديث:

آليات الإقناع السياسي	❖ الحجة المنطقية والعرض العقلاني للبيانات ❖ الاستمالات العاطفية في القضايا الحساسة ❖ بناء المصداقية عبر الخبرة والثقة ❖ استخدام السرديات والقصص الشخصية ❖ تبسيط الرسائل وتقديمها في صيغ مباشرة ❖ توظيف الأمثلة والوقائع اليومية

ويكشف استعراض هذه الآليات أن الإقناع يقوم على التكامل بين المنطق والعاطفة، وأن نجاحه مرتبط بمدى ملاءمة الرسالة للجمهور والسياق. كما يُظهر أن الإقناع ليس مجرد نقل للمعلومات، بل عملية تواصلية مركبة تهدف إلى تعديل القناعات من خلال بناء خطاب مقنع يتسم بالوضوح والاتساق.

ثانيًا: التأطير الرمزي

يقوم التأطير الرمزي على تحديد المعنى الذي تُقدَّم من خلاله القضية السياسية، وذلك عبر اختيار كلمات وصور ورموز تمنح الموضوع دلالة معينة [122]. فالفعل السياسي نفسه لا يحمل معنى ثابتًا، بل تمنحه وسائل الإعلام والفاعلون السياسيون إطارًا يحدد طريقة فهمه. ويؤثر هذا الإطار في رأي الجمهور عبر إبراز جانب معين من القضية وتهميش جوانب أخرى، مما يؤدي إلى توجيه الانتباه نحو تفسير محدد.

وتستخدم الخطابات السياسية التأطير الرمزي لإعادة تعريف الوقائع وضبط كيفية

تلقيها. فعلى سبيل المثال، قد يُقدَّم قرار اقتصادي باعتباره «إصلاحًا» أو «تقشفًا» حسب الهدف السياسي للمرسِل. كما تُستخدم الرموز والألوان والشعارات لصناعة هوية خطابية تسهّل على الجمهور تمييز المواقف والانحياز إليها. وهنا، يُعرض الجدول التالي أبرز أنواع التأطير الرمزي الشائعة في الخطاب السياسي:

أنواع التأطير الرمزي	❖ تأطير المشكلة (تحديد ماهية القضية) ❖ تأطير الأسباب والعوامل المؤدية ❖ تأطير الحلول والبدائل ❖ التأطير الأخلاقي للفاعلين والأفعال ❖ التأطير العاطفي عبر الصور والرموز

ويوضح هذا التصنيف أن التأطير الرمزي ليس مجرد اختيار لغوي، بل عملية استراتيجية تهدف إلى صياغة فهم الجمهور للقضايا. ويؤكد ذلك أن التحكم في الإطار المعرفي يسهم في توجيه النقاش العام، وأن الصراع السياسي يُدار في كثير من الأحيان حول «كيفية تعريف المشكلة» أكثر من المشكلة نفسها.

ثالثًا: دور اللغة والرموز السياسية

تقوم اللغة السياسية بوظيفة تتجاوز نقل الرسائل إلى بناء تصورات ومواقف، إذ تعتمد على ألفاظ محمّلة بدلالات إيحائية تصنع انطباعات وتوجّه مواقف الجمهور. ويُعد اختيار الكلمات جزءًا أساسيًا من الاستراتيجية الاتصالية، حيث يتم انتقاء مفردات محددة تخدم الهدف السياسي، مثل استخدام كلمات ذات طابع إيجابي أو سلبي لإعادة تشكيل صورة الفاعلين أو القضايا.

وتكتسب الرموز السياسية أهمية خاصة في هذا السياق، لأنها تختصر رسائل معقدة في دلالات موجزة وقوية التأثير. فالراية، الشعار، اللون، أو حتى الأغنية، يمكن أن تتحول إلى أدوات تعبئة أو أدوات اعتراض، تبعًا لسياق استخدامها. وتُستخدم الرموز

عادة لتعزيز الهوية السياسية وتوليد شعور بالانتماء أو الاصطفاف، وهي بذلك تشكّل إحدى أهم أدوات التأثير غير المباشر في الرأي العام. وعليه، يوضح الجدول الآتي أهم وظائف اللغة والرموز في الاتصال السياسي:

وظائف اللغة والرموز السياسية	❖ تعزيز الهوية والانتماء السياسي ❖ صياغة الصور الذهنية عن الفاعلين ❖ تبسيط القضايا المعقدة ❖ خلق استجابات عاطفية سريعة ❖ تثبيت الرسائل في الذاكرة الجماعية ❖ دعم الحملات والدعاية السياسية

وتظهر أهمية هذه الوظائف في قدرتها على بناء تصور ذهني ينسجم مع الأهداف السياسية، إذ تُعد اللغة والرموز أدوات لإعادة إنتاج المعنى داخل الفضاء العام. ومن ثمّ، تسهم هذه الأدوات في تشكيل المواقف وتعزيز التأييد أو المعارضة بطريقة غير مباشرة لكنها فعّالة.

المبحث الثاني: التضليل والإلهاء والدعاية

يشكّل التضليل والإلهاء والدعاية أحد أخطر أدوات التأثير في الاتصال السياسي، إذ تعتمد عليها الفواعل السياسية لتوجيه إدراك الجمهور وتشكيل وعيه بما يخدم أهدافًا محددة. وتبرز خطورتها في قدرتها على إخفاء المعلومات أو تشويهها أو إعادة ترتيب أولويات النقاش العام، وهو ما يجعلها عنصرًا محوريًا في الصراعات السياسية والدعاية الانتخابية. وتزداد هذه الممارسات تعقيدًا في العصر الرقمي، حيث تسمح المنصات الاجتماعية بانتشار الرسائل على نطاق واسع وبسرعة غير مسبوقة. ومن ثم، فإن فهم آليات التضليل والدعاية والإلهاء يساعد على تفسير كيفية صناعة الرأي العام وتوجيه المجال العام.

أولاً: التضليل السياسي

يُستخدم التضليل السياسي بوصفه وسيلة للتأثير على إدراك الجمهور عبر تقديم معلومات منقوصة أو مشوهة أو كاذبة، بهدف خلق تصوّر مغاير للواقع. ويعتمد الفاعلون السياسيون على هذا الأسلوب لتحقيق مكاسب آنية، خاصة خلال الأزمات والانتخابات، حيث تسهم الشائعات والتفسيرات المضللة في تغيير اتجاهات قطاعات واسعة من المواطنين. ويستند التضليل إلى تقنيات متعددة تتراوح بين التلاعب بالمصادر، واقتطاع المعلومات من سياقها، وتحريف الحقائق، وصولاً إلى ترويج روايات موازية تستهدف تشويش النقاش العام.

ومع تنامي البيئة الرقمية، أصبح التضليل أكثر فاعلية نتيجة سرعة التداول وسهولة إعادة نشر المحتوى. فقد أسهمت المنصات الاجتماعية في توسيع نطاق الشائعات والمعلومات الملفقة، كما أتاحت لأطراف متعددة إمكانية إنتاج خطاب مُقنِع بصريًا ولغويًا دون الحاجة إلى موارد كبيرة. ويُجمع باحثون على أن التضليل لا يتغذّى على المعلومات الكاذبة بقدر ما يعتمد على قابلية الجمهور لتصديق ما يتوافق مع ميوله المسبقة[123]. وفيما يأتي أبرز أساليب التضليل السياسي المتداولة في الممارسات الاتصالية:

أساليب التضليل السياسي	❖ التلاعب بالمعلومات واقتطاعها من سياقها ❖ ترويج الشائعات والأخبار الزائفة ❖ صناعة روايات بديلة تُنافس الرواية الرسمية ❖ استخدام الصور والفيديوهات المعدّلة أو المفبركة

وتُظهر دراسة هذه الأساليب أن التضليل ينجح عادة حين تتراجع الثقة بالمؤسسات أو تغيب الشفافية، إذ يصبح الجمهور أكثر استعدادًا لتصديق الروايات البديلة. كما يسهم ضعف الثقافة الإعلامية في تمرير رسائل مضللة دون مقاومة تُذكَر، مما يجعل مكافحته مسؤولية مشتركة بين الإعلام والمؤسسات التعليمية والجهات الرقابية.

ثانيًا: الإلهاء السياسي

يمثّل الإلهاء أحد التكتيكات الاتصالية المستخدمة لصرف الأنظار عن القضايا الحساسة أو الأزمات الكبرى عبر تضخيم أحداث هامشية أو افتعال قضايا ثانوية. ويُوظَّف هذا الأسلوب غالبًا في لحظات التوتر السياسي، حيث تعمل الجهات الفاعلة على إعادة ترتيب الأولويات في أجندة الجمهور بما يخدم مصالحها. ويعتمد الإلهاء على مبدأ بسيط: إشغال الرأي العام بقضية غير جوهرية تمنع تركيزه على الملفات الأساسية أو المثيرة للجدل.

ويبرز الإلهاء في عدة صور، منها تضخيم إنجازات شكلية، أو خلق سجالات جانبية، أو استثارة الانفعالات الجماعية حول قضايا ثقافية أو أخلاقية. وتُظهر التجارب الدولية أن الإلهاء لا يقتصر على الحكومات، بل قد تمارسه قوى معارضة أو جماعات مصالح لتحقيق مكاسب ظرفية[124]. وفي هذا السياق، يقدّم الجدول التالي أكثر أساليب الإلهاء السياسي شيوعًا:

أساليب الإلهاء السياسي	❖ تضخيم أحداث هامشية لصرف الانتباه ❖ صناعة قضايا جانبية مفتعلة ❖ تحويل النقاش نحو موضوعات عاطفية أو ثقافية ❖ إبراز إنجازات شكلية في لحظات الأزمات

ويوضح تحليل هذه الأساليب أن الإلهاء يعتمد على فهم عميق لسلوك الجمهور، إذ يراهن على تأثير القضايا السريعة والمثيرة في إشغال النقاش العام. لذلك ينجح حين تغيب المساءلة أو حين تكون البيئة الإعلامية مشحونة بالاستقطاب، لأنه يقوم على خلق ضجيج اتصالي يُغرق القضايا الجوهرية في فوضى المعلومات المتدافعة.

ثالثًا: الدعاية السياسية

تمثّل الدعاية السياسية أداة اتصالية موجهة تستهدف التأثير في الوعي الجماعي

وتغيير اتجاهاته عبر رسائل مدروسة تُصاغ بطريقة تخدم أهدافًا سياسية محددة. وتعتمد الدعاية عادة على التكرار، والانتقاء، والرموز، والوعود التعبوية، وهي تسعى إلى خلق صورة إيجابية لفاعل سياسي ما أو صورة سلبية لخصم سياسي. وتاريخيًا ارتبطت الدعاية بالأنظمة السلطوية، لكنها حاضرة أيضًا في الديمقراطيات عبر الحملات الانتخابية والإعلانات السياسية[125].

وتتنوع أدوات الدعاية بين الخطب والشعارات، والإعلانات التلفزيونية، والمحتوى الرقمي، إضافة إلى توظيف المؤثرين والمنصات الاجتماعية. كما تستند الدعاية الحديثة إلى تحليل دقيق لسلوك الجمهور، مما يسمح بصياغة رسائل متخصصة تستهدف فئات محددة. وهنا، يبيّن الجدول التالي أبرز استراتيجيات الدعاية السياسية:

أساليب الدعاية السياسية	❖ تكرار الرسائل وترسيخ الشعارات ❖ خلق صورة مثالية للزعيم أو المرشح ❖ تشويه سمعة الخصوم عبر حملات موجهة ❖ الاعتماد على الرموز الوطنية والانفعالات الجماعية

ويتضح من هذه الاستراتيجيات أن الدعاية السياسية لا تقوم فقط على بث الرسائل، بل تعتمد على بناء سرديات كاملة تُعيد تشكيل إدراك الجمهور للواقع. كما تعتمد على المزج بين العقل والعاطفة، وتستفيد من تكنولوجيا الاتصال لتوسيع تأثيرها. وكلما كانت البيئة السياسية مضطربة، ازدادت قابلية الجمهور لتلقي الرسائل الدعائية دون تمحيص.

ختامًا، يتبين أن التضليل والإلهاء والدعاية ليست مجرد أدوات اتصال عابرة، بل ممارسات بنيوية تُسهم في إعادة تشكيل المجال السياسي وتوجيه النقاش العام. فالتضليل يشوّه الإدراك، والإلهاء يعيد ترتيب أولويات الجمهور، والدعاية تسعى إلى ترسيخ سرديات معينة تخدم مصالح محددة. وتكمن خطورة هذه الممارسات

في قدرتها على التأثير في عملية صنع القرار وإضعاف الثقة بالمؤسسات، لا سيما في البيئات التي تعاني من الاستقطاب أو ضعف الثقافة الإعلامية. ومن ثمّ، يصبح الوعي النقدي ومهارات التحقق من المعلومات عناصر أساسية لحماية المجال العام وضمان نقاش سياسي يقوم على المعرفة لا التلاعب.

المبحث الثالث: الثقافة والرموز السياسية

يمتد تأثير الاتصال السياسي إلى المجال الثقافي، حيث تشكّل الرموز والمعاني المتداولة داخل المجتمع إطارًا ذهنيًا يؤثر في تفسير الأحداث وصياغة المواقف السياسية. ولا يقتصر هذا التأثير على الخطاب الرسمي، بل يشمل الممارسات اليومية، والعادات، واللغة، وسائر التعبيرات الرمزية التي تُبنى حولها الهوية الجماعية. ومع تطور أدوات التواصل، أصبح المجال الثقافي أحد أهم المسارات غير المباشرة للتأثير، إذ تُوظَّف الرموز والشعائر والصور لإنتاج رسائل سياسية ذات طابع عاطفي ورمزي يصعب مقاومتها. وتبرز أهمية هذا المبحث في فهم كيفية انتقال الدلالات الثقافية إلى حقل السياسة، وكيف يسهم هذا التداخل في تشكيل الوعي العام وتوجيهه.

أولاً: الثقافة السياسية

تلعب الثقافة السياسية دورًا مهمًا في تكوين المواقف العامة، إذ تُعيد تشكيل طريقة إدراك الجمهور للسلطة، والمواطنة، والمصلحة العامة. فالمعتقدات والقيم المتوارثة تحدد ما يعتبره الأفراد سلوكًا سياسيًا مقبولاً أو مرفوضًا، كما تؤطر توقعاتهم من الفاعلين السياسيين. وتكتسب الثقافة السياسية قوتها من كونها تتكوّن عبر مراحل زمنية طويلة، مما يجعل تأثيرها متينًا وغير ظاهر في اللحظة نفسها، لكنه حاضر بقوة في صنع المواقف العامة.

وتشتمل الثقافة السياسية على أنماط من السلوك والتقاليد والعلاقات الاجتماعية التي تتناقل عبر الأجيال، وتشكل قاعدة تفسيرية للقرارات والمواقف العامة. كما يعمل هذا النسق الثقافي على تحديد معاني المشاركة والولاء والشرعية، وهو ما يجعله

عنصرًا حاسمًا في تفسير اختلاف ردود الأفعال تجاه القضية السياسية الواحدة بين مجتمع وآخر. وعليه، يوضح الجدول التالي أبرز عناصر الثقافة السياسية المؤثرة في السلوك العام:

عناصر الثقافة السياسية	❖ القيم والمعايير الاجتماعية ❖ المعتقدات السياسية المتوارثة ❖ التصورات الشعبية عن السلطة والدولة ❖ التقاليد والعادات السياسية الراسخة

نلاحظ أن هذه العناصر تشير إلى أن الثقافة السياسية تمثل خلفية تفسيرية تمنح السلوك السياسي معناه واتجاهه. وهي بذلك تؤثر في الاتصال السياسي دون الحاجة إلى رسائل مباشرة، لأنها تستقر في الوعي الجمعي وتشكل آلية دائمة لفهم الواقع السياسي والتفاعل معه.

ثانيًا: الرمز السياسي

يحظى الرمز السياسي بأهمية كبيرة في الاتصال السياسي، لأنه يُجسّد معاني معقدة في شكل بصري أو لفظي بسيط. فالرموز مثل الوطن، العلم، النشيد الوطني، والقادة، تحمل شحنات عاطفية قادرة على حشد الجمهور بسرعة، وتوجيه استجاباته نحو دعم موقف معين. ويعتمد الفاعلون السياسيون على الرموز لتحقيق حضور قوي في الوعي العام، لأنها تسهل خلق ارتباط نفسي بين المواطنين والخطاب السياسي[126].

وتعمل الرموز بوصفها اختزالاً لمعانٍ غير قابلة للشرح المباشر، إذ تثير الانتماء، أو الولاء، أو الرفض، بالاعتماد على الذاكرة الثقافية المشتركة. كما تُستخدم في الحملات الانتخابية لتكثيف الرسائل وتسهيل التعرف على الخطاب السياسي، وفي الاحتجاجات لتعزيز الشعور بالهوية الجمعية[127]. ويعرض الجدول التالي أهم أنواع الرموز السياسية ذات التأثير الواسع:

أنواع الرموز السياسية	❖ الرموز الوطنية (العلم، النشيد، القادة، الشعار الرسمي) ❖ الرموز التاريخية (الأحداث الكبرى، الشخصيات الوطنية) ❖ الرموز الاحتجاجية (اللافتات المكتوبة، الهتافات الجماهيرية)

ويظهر من هذا التصنيف أن فعالية الرمز السياسي تعتمد على مدى رسوخه في الذاكرة الجماعية، وقدرته على التعبير عن هوية مشتركة أو قضية موحدة، مما يجعله أداة مركزية في بناء التعبئة العاطفية والسياسية.

ثالثًا: الممارسات الثقافية وصناعة الهوية السياسية

تشكل الممارسات الثقافية – مثل الاحتفالات الوطنية، المناسبات الدينية، المهرجانات الشعبية – وسيلة غير مباشرة لترسيخ قيم ومواقف ذات دلالات سياسية. فهذه الأنشطة تُعيد إنتاج المعاني المشتركة بين أفراد المجتمع، وتضفي على السلطة رمزية معينة، بحسب طبيعة الحضور الرسمي والشعبي فيها. كما تتيح هذه الممارسات مساحة للتفاعل الرمزي، حيث تتداخل الشعائر الاجتماعية مع المعاني السياسية بطريقة هادئة لكنها فعّالة.

وتسهم هذه الممارسات في توحيد الذاكرة الجمعية، من خلال خلق صور ذهنية مشتركة عن الماضي والحاضر، مما يساعد على تثبيت توجهات مستقرة تجاه السلطة والمؤسسات. وتتجلى قيمة هذه الأنشطة في قدرتها على بناء ما يشبه «الهوية السياسية الجمعية» التي تُعدّ أساسًا للسلوك السياسي طويل المدى[128]. ويكشف الجدول الآتي أبرز الممارسات الثقافية التي تحمل تأثيرًا سياسيًا:

الممارسات الثقافية	❖ الاحتفالات الوطنية والمناسبات الرسمية ❖ الطقوس الدينية ذات البعد الاجتماعي ❖ الفنون الشعبية والمهرجانات الثقافية ❖ الأنشطة الجماعية المرتبطة بالهوية والذاكرة

ويُظهر تحليل هذه الأنشطة أنها تُمارس تأثيرًا غير مباشر على الرأي العام، لأنها تمنح القضايا السياسية إطارًا رمزيًا وثقافيًا يرسخ المواقف بعمق يفوق تأثير الرسائل الإعلامية المباشرة.

وبناءً على ما سبق، يشير هذا المبحث إلى أن التأثير السياسي لا يتحقق عبر الخطاب الصريح فقط، بل يمتد إلى الحقول الثقافية التي تشكل الوعي العام من خلال الرموز، المعاني، والطقوس. وتبرز الثقافة السياسية بوصفها خلفية دلالية تؤطر علاقة المجتمع بالسلطة، بينما تعمل الرموز السياسية على شحن المواقف بالعاطفة. أما الممارسات الثقافية فتسهم في إعادة إنتاج الهوية الجمعية التي تستند إليها المواقف السياسية. ومن ثم، فإن فهم التأثير الثقافي يتيح قراءة أعمق لآليات الاتصال السياسي غير المباشر ودوره في تشكيل الاتجاهات العامة.

المبحث الرابع: الاستهداف الرقمي في الاتصال السياسي

أدى التطور التكنولوجي المتسارع إلى إعادة تشكيل أدوات التأثير السياسي، حيث باتت البيانات الضخمة والخوارزميات عنصرًا محوريًا في تصميم الرسائل وتوجيهها بدقة غير مسبوقة. ولم يعد الاتصال السياسي يعتمد على الفئات الواسعة التقليدية، بل أصبح يستند إلى تحليل سلوك الأفراد، اهتماماتهم، شبكات علاقاتهم، وأنماط تفاعلهم الرقمي. وقد سمح هذا التحول بظهور استراتيجيات استهداف دقيقة تزيد من فعالية التأثير السياسي، لكنها في الوقت ذاته أثارت نقاشات واسعة حول الخصوصية، الشفافية، والعدالة المعلوماتية. ويغطي هذا المبحث أبرز آليات

الاستهداف الرقمي ودوره في إعادة تشكيل المجال السياسي المعاصر.

أولًا: البيانات السياسية

أسهمت البيانات الضخمة في نقل الاتصال السياسي من التعميم إلى الدقة، حيث تُمكّن من تحليل كمّ هائل من المعلومات المتعلقة بتفضيلات الأفراد وسلوكهم على المنصّات الرقمية. وتشمل هذه البيانات الأنشطة اليومية للمستخدمين، تفاعلاتهم، وأنماط الاستهلاك الإعلامي. وتتيح هذه المعطيات بناء خرائط تفصيلية لفئات الجمهور، بما يساعد على صياغة رسائل متوافقة مع احتياجات كل شريحة.

وتعتمد الحملات السياسية على تحليل البيانات لتحديد اللحظة الأنسب لإرسال الرسائل، والمنصة الأكثر ملاءمة، والصيغة الأكثر قابلية للاستجابة[129]. ويساعد هذا التحليل الدقيق على رفع احتمالات التأثير، وتقليل الهدر في الموارد، وتعزيز التواصل الشخصي بين الفاعل السياسي والجمهور المستهدف. ويُظهر الجدول التالي أهم مكونات البيانات المستعملة في عمليات الاستهداف السياسي:

مكوّنات البيانات المستخدمة	❖ البيانات السلوكية على مواقع التواصل ❖ بيانات التفاعل مع المحتوى السياسي ❖ البيانات الديموغرافية والاجتماعية ❖ مؤشرات الاهتمامات والميولات العامة

وتدل هذه المكوّنات على أن البيانات الضخمة توفر أساسًا متينًا لبناء استراتيجيات استهداف دقيقة، لأنها تكشف الأنماط الخفية لسلوك الجمهور، وتمنح الفاعلين السياسيين رؤية معمّقة لطبيعة الفئات التي يتعاملون معها.

ثانيًا: الخوارزميات السياسية

تمثل الخوارزميات المحرك الأساسي في عملية الاستهداف الرقمي، إذ تقوم بفرز البيانات وتحليلها واستنتاج الأنماط التي تُبنى عليها الرسائل السياسية الموجّهة.

وتعمل هذه الخوارزميات على تقسيم الجمهور إلى مجموعات دقيقة للغاية، اعتمادًا على متغيرات تشمل العمر، الموقع، الاهتمامات، وحتى مستوى التفاعل السابق مع المحتوى السياسي [130].

وتتيح هذه الآليات إرسال رسائل مختلفة لشخصين يعيشان في المنطقة نفسها، ويتابعان المنصة ذاتها، لكنّ لكلٍّ منهما ملفًا سلوكيًا مختلفًا. وبذلك، يتحول الاتصال السياسي من خطاب عام إلى رسائل شديدة الخصوصية تُصمَّم بما يتوافق مع حساسيات كل مستخدم. ويوضح الجدول الآتي أبرز الأدوار التي تؤديها الخوارزميات في توجيه الرسائل السياسية:

أدوار الخوارزميات	❖ تحليل أنماط التفاعل السابقة ❖ تخصيص المحتوى حسب الاهتمامات ❖ ترتيب أولويات الظهور في المنصات ❖ التنبؤ بالسلوك الانتخابي المحتمل

ويكشف هذا التصنيف أن الخوارزميات لا تعمل فقط على توزيع المحتوى، بل تشارك فعليًا في تشكيله وتحديد نطاق وصوله، مما يمنحها تأثيرًا كبيرًا على طبيعة المشاركة السياسية واتجاهاتها.

ثالثًا: الإعلانات السياسية

أصبحت الإعلانات السياسية المموّلة على المنصات الرقمية أداة أساسية في الحملات المعاصرة، لأنها تسمح بالوصول إلى فئات يصعب استهدافها عبر الوسائل التقليدية. وتعتمد الحملات على تقنيات دقيقة تقيس مستوى تفاعل الجمهور مع الإعلان، وتعيد توجيهه تلقائيًا نحو الفئات الأكثر استعدادًا للاستجابة[131].

وتتيح المنصّات الرقمية التحكم الكامل في عناصر الإعلان، من جمله المفتاحية وصوره إلى توقيت ظهوره ومكان عرضه. كما توفر خاصية «الجمهور المشابه» التي

تسمح بالوصول إلى أفراد يتشاركون الخصائص نفسها مع المتفاعلين السابقين، مما يرفع من كفاءة الحملات[132]. وفيما يلي يعرض الجدول أهم أساليب الاستهداف المستخدمة في الإعلانات السياسية الرقمية:

أساليب الإعلانات السياسية	❖ الاستهداف الجغرافي حسب الموقع أو المدينة ❖ الاستهداف السلوكي حسب الاهتمامات والتفاعل ❖ الاستهداف السياقي وفق المحتوى حسب نوع الموضوع أو النص

وتوضح هذه الأساليب أن الإعلان الرقمي يتيح مستويات عالية من التحكم في الجمهور المستهدف، الأمر الذي يمنح الحملات قدرة كبيرة على التأثير الدقيق، لكنه يفتح أيضًا نقاشًا حول العدالة المعلوماتية وتكافؤ الفرص بين الفاعلين السياسيين.

ويكشف هذا المبحث أن الاستهداف الرقمي أعاد تشكيل الاتصال السياسي بصورة جوهرية، من خلال الاعتماد على البيانات الضخمة والخوارزميات والإعلانات المموّلة للوصول إلى الجمهور بكفاءة أعلى ودقة أكبر. ويظهر هذا التحول أن الاتصال السياسي تحوّل من مخاطبة الجمهور العام إلى بناء رسائل مفصلة تتوافق مع خصائص كل مستخدم. ورغم ما توفره هذه الآليات من إمكانات واسعة لتعزيز فعالية الحملات، فإنها تثير تحديات أخلاقية تتعلق بالخصوصية، الشفافية، وإمكانيات التلاعب الخفي. ومن ثم، فإن فهم الاستهداف الرقمي يُعدّ ضروريًا لاستيعاب طبيعة الاتصال السياسي المعاصر وما يطرحه من فرص ومخاطر على المجال العام.

خاتمة الفصل السابع

يتضح من مجمل ما عُرض أن استراتيجيات التأثير في الاتصال السياسي أصبحت أكثر تشابكًا وتنوعًا، تجمع بين الإقناع المباشر، والتأطير الرمزي، والتلاعب بالمعلومات، وصولاً إلى تقنيات الاستهداف الرقمي عالية الدقة. ويكشف هذا التداخل أن التأثير السياسي لم يعد يعتمد على قوة الرسالة وحدها، بل على قدرتها على التغلغل في الثقافة، واستثمار الرموز، والاستفادة من الخوارزميات التي تتحكم في تدفق المعلومات. كما يُظهر الفصل أن هذه الأدوات تملك أثرًا مضاعفًا في تشكيل المواقف السياسية، سواء عبر التأثير الواعي أو التأثير غير المرئي الذي يعمل في خلفية المجال العام. ورغم ما توفره هذه الأساليب من إمكانات لتطوير الحملات السياسية وتحسين التواصل، فإنها تطرح في المقابل إشكالات تتعلق بالشفافية، والخصوصية، والعدالة المعلوماتية. ومن ثم، يصبح فهم هذه الاستراتيجيات ضرورة معرفية لضمان توازن المجال السياسي وصون مبادئ المشاركة الحرة في المجتمع.

الفصل الثامن

الاتصال السياسي في إدارة الأزمات



تمثّل الأزمات لحظات حساسة تكشف مرونة النظام السياسي وقدرته على التكيف مع الضغوط المفاجئة. وفي هذه الظروف، يصبح الاتصال السياسي أداة مركزية لضبط تدفق المعلومات وتوجيه المزاج العام نحو قراءة متوازنة للأحداث. فالأزمة لا ترتبط فقط بما يحدث على الأرض، بل بالطريقة التي تُفهم وتُفسّر لدى الجمهور، وهو ما يجعل إدارة الرسائل عاملاً حاسمًا في الحدّ من التوتر. وتتداخل في هذه المرحلة أدوار المؤسسات الرسمية، ووسائل الإعلام، والجمهور، ضمن بيئة تتسارع فيها الإشاعات وتتصاعد درجة الاستقطاب. ومن هنا، يسعى هذا الفصل إلى تحليل كيفية تشكّل الأزمات، ومستويات الاتصال التي تُستخدم لمواجهتها، وأهمية القيادة الاتصالية في حماية السمعة السياسية خلال الظروف المعقدة.

المبحث الأول: الأزمة السياسية والإعلامية

أولاً: الأزمة السياسية

تظهر الأزمة السياسية عندما تواجه الدولة أو مؤسساتها حالة استثنائية تُهدّد الاستقرار أو تُضعف قدرة النظام على إدارة الصراع السياسي والاجتماعي. وترتبط هذه الأزمات عادةً بتفكك التحالفات السياسية، أو تصاعد الاحتجاجات الشعبية، أو وقوع أحداث مفاجئة تُدخل النظام في حالة اضطراب. وتتميّز الأزمات السياسية بقدرتها على إعادة تشكيل موازين القوى، وبما تُحدثه من ضغوط على صانعي القرار الذين يجدون أنفسهم أمام خيارات سريعة ومُعقدة.

كما تترافق الأزمة السياسية مع ارتفاع مستوى الشكوك، وتضارب المعلومات، وتزايد دور الجهات الفاعلة في صناعة الخطاب العام. ويؤدي غياب التواصل الواضح إلى تسريع وتيرة التوتر وإفساح المجال لانتشار الشائعات، مما يجعل الفهم الدقيق لخصائص الأزمة خطوة أساسية لبناء تدخل اتصالي فعال. ويساعد تحديد هذه الخصائص على تشخيص طبيعة الأزمة والتمييز بين بُعدها السياسي وبُعدها الاتصالي. ويوضّح الجدول التالي أبرز هذه الخصائص كما تظهر في الممارسة السياسية:

خصائص الأزمة السياسية	❖ المفاجأة التي تُربك النظام السياسي ❖ التعقيد الناتج عن تعدد الأطراف وتداخل المصالح ❖ الضغط الزمني الذي يفرض قرارات سريعة وحاسمة ❖ عدم اليقين بسبب نقص المعلومات أو تضاربها ❖ اتساع التأثير ليشمل مؤسسات الدولة والرأي العام

تؤكد هذه الخصائص أن الأزمة السياسية ليست حدثًا معزولاً، بل سيرورة متحركة تتفاعل فيها العوامل الدستورية والاجتماعية والإعلامية. وكل خاصية من هذه السمات تمثل تحديًا إضافيًا أمام صانعي القرار، ما يجعل إدارة الأزمة تعتمد على كفاءة الاتصال السياسي في ضبط الرسائل وتوحيدها وتقديم صورة واقعية لحجم التحديات. ومن ثم، يُعد الوعي بخصائص الأزمة خطوة أولى نحو بناء استجابة اتصالية تقلل من مخاطر الانقسام وتعزّز الثقة العامة.

ثانيًا: الأزمة الإعلامية

تنشأ الأزمة الإعلامية عندما يتعرض النظام المعلوماتي لاضطراب مفاجئ يؤدي إلى فقدان السيطرة على تدفق الأخبار أو تضارب الرسائل بين الجهات الرسمية والإعلامية [133]. وغالبًا ما ترتبط هذه الأزمات بانتشار روايات متناقضة، أو تصاعد الهجمات الإعلامية، أو تسريب معلومات حساسة تُربك الرأي العام وتدفع المؤسسات إلى اتخاذ ردود فعل متسرّعة. ويُعد هذا النوع من الأزمات اختبارًا مباشرًا لقدرة الدولة على إدارة تدفق المعلومات وضبط الإطار العام للنقاش.

وتتفاقم الأزمة الإعلامية عندما تفشل المؤسسات في تقديم رواية واضحة أو موحّدة، فينشأ فراغ معلوماتي تملؤه التأويلات والشائعات. ومع تزايد دور المنصات الرقمية وسرعة انتشار المحتوى، تصبح السيطرة على الرسائل أكثر صعوبة، مما يفرض على الجهات الرسمية بناء استجابة اتصالية سريعة ومرنة. ويبيّن الجدول التالي أبرز

خصائص الأزمة الإعلامية كما تتجلى في الممارسة الاتصالية:

خصائص الأزمة الإعلامية	❖ التشويش المعلوماتي وتضارب الأخبار ❖ التسارع الرقمي وانتشار الرسائل ❖ فقدان الضبط الاتصالي الرسمي ❖ التضخيم الإعلامي وزيادة القلق ❖ فراغ معلوماتي وانتشار الشائعات

تشير هذه الخصائص إلى أن الأزمة الإعلامية تتجاوز مجرد خطأ في نقل المعلومات، فهي أزمة تواصلية ذات أثر مباشر على الاستقرار الاجتماعي والسياسي. فكلما تأخر تقديم رواية دقيقة، ازدادت فرص التضليل وتضخم الرأي العام السلبي. ومن هنا، يصبح التعامل مع الأزمة الإعلامية مسؤولية تتطلب سرعة في الاستجابة ورقابة مهنية تُعيد ضبط الإطار السردي للأحداث، وتحدّ من الفوضى الاتصالية التي قد تتطور إلى أزمة سياسية أوسع.

ثالثًا: أنواع الأزمات السياسية والإعلامية

تتنوّع الأزمات التي تواجه الدول والمؤسسات باختلاف مصادرها وطبيعتها والفاعلين المنخرطين فيها، إذ قد تظهر نتيجة أخطاء إدارية أو صراعات سياسية أو تحولات خارجية مفاجئة. ويُساعد تصنيف الأزمات على فهم جذورها وتحديد مسارات إدارتها، لأن التعامل مع أزمة ناتجة عن احتجاج شعبي يختلف كليًا عن التعامل مع أزمة ناجمة عن تسريب إعلامي أو هجوم رقمي واسع. ويُعد هذا التصنيف خطوة أساسية في بناء منظومة استجابة دقيقة وفعالة.

كما يكشف تنوّع الأزمات عن تعدد المستويات التي تعمل فيها، سواء كانت داخلية أو خارجية، هيكلية أو ظرفية، فجائية أو متدرجة. ويمكّن هذا الفهم صُنّاع القرار من رصد المؤشرات المبكرة التي تسبق تفجّر الأزمات، وتقدير مدى خطورتها واتساع

نطاق تأثيرها. ومع تزايد الترابط بين الساحة السياسية والإعلامية، أصبح التمييز بين أنواع الأزمات ضرورة لفهم طبيعة التفاعل بين الحدث والاتصال السياسي[134]. ويكشف الجدول التالي أبرز أنواع هذه الأزمات كما تظهر في السياقات السياسية والإعلامية:

أنواع الأزمات السياسية والإعلامية	❖ الأزمات البنيوية الناتجة عن خلل مؤسسي ❖ الأزمات الظرفية المتمثلة في أحداث مفاجئة ❖ الأزمات الإعلامية المرتبطة بالتضليل والتشويه ❖ الأزمات الشرعية المنبثقة عن تراجع ثقة الجمهور بالنظام ❖ الأزمات الاحتجاجية الناجمة عن الضغوط اجتماعية ❖ الأزمات الرقمية بفعل الهجمات السيبرانية

يوضح هذا التصنيف أن الأزمات ليست كيانًا واحدًا، بل طيفًا واسعًا يتدرج بين البنية السياسية العميقة والصراع الإعلامي المتسارع. ويساعد التمييز بينها في تصميم خطط استجابة متخصصة تتعامل مع كل نوع وفق طبيعته ومصادره. فالأزمة البنيوية تحتاج إصلاحًا مؤسسيًا طويل المدى، بينما تتطلب الأزمة الإعلامية تحركًا اتصاليًا سريعًا يضبط الرواية العامة. ومن ثم، يُعد تحديد نوع الأزمة خطوة محورية في بناء إدارة رشيدة تمنع تفاقمها وتحافظ على استقرار المجال العام.

رابعًا: العلاقة بين الأزمات السياسية والأزمات الإعلامية

تتفاعل الأزمات السياسية والإعلامية بطريقة تجعل كل واحدة منهما قادرة على إشعال الأخرى أو تضخيمها. فالأزمة السياسية لم تعد حبيسة غرف القرار أو الصراع الداخلي بين النخب، بل أصبحت جزءًا من مشهد عام يتشكل لحظة بلحظة في المنصات الإعلامية. وتؤدي سرعة انتقال المعلومات واختلاط الحقائق بالشائعات إلى توسيع نطاق الارتباك ورفع مستوى التوتر، ما يجعل المجال الإعلامي ساحة

رئيسية تتحدد فيها ملامح الأزمة ومسارها.

وفي الاتجاه المقابل، قد يبدأ التوتر داخل البيئة الإعلامية قبل أن ينتقل إلى المؤسسات السياسية، خصوصًا إذا ارتبط بملفات حساسة أو تقارير مثيرة للشكوك حول الأداء الحكومي أو النزاهة العامة. ويمنح تفاعل الجمهور مع هذه المواد الإعلامية الأزمة زخمًا إضافيًا، فتجد السلطة نفسها أمام ضغوط تتطلب استجابة عاجلة. ومع هذا التداخل المتصاعد، تتحول العلاقة بين الأزمتين إلى مسار واحد تتقاطع فيه الرسائل، والتوقعات الشعبية، والقرارات الرسمية. وفيما يأتي أبرز صور هذا الارتباط كما تتجلّى في الممارسة الاتصالية:

العلاقة بين الأزمات السياسية والإعلامية	❖ الإعلام ينقل الأزمة السياسية إلى الجمهور ❖ التغطية الإعلامية المكثفة تزيد حدة الأزمة السياسية ❖ تضارب التصريحات يوسّع دائرة الارتباك ❖ التفاعل الرقمي يسرع اتساع التوتر ❖ غياب الخطاب الموحّد يضعف الثقة العامة ❖ الضغط الإعلامي يدفع إلى قرارات سياسية متعجلة

يُظهر هذا التداخل أن الخط الفاصل بين الأزمة السياسية والأزمة الإعلامية شديد الهشاشة، وأن الانتقال بينهما يحدث خلال وقت قصير بفعل سرعة تدفق المعلومات وحدّة التفاعل العام. ومن ثمّ، فإن التعامل مع أي أزمة يتطلب إدارة متوازية للحدث السياسي ولخطابه الإعلامي، لأن قصور أحد الجانبين يكفي لرفع مستوى التوتر على نحو قد يصعب احتواؤه لاحقًا. ويمثل الوعي بهذه العلاقة شرطًا أساسيًا لبناء استجابة اتصالية قادرة على تقليل المخاطر وحماية الاستقرار العام.

المبحث الثاني: مستويات الاتصال السياسي في الأزمات

تتطلب إدارة الأزمات اعتماد مستويات اتصالية متدرجة تضمن انتقالاً منظمًا للمعلومات ومعالجة فعّالة للتوترات المتصاعدة. فالظروف الاستثنائية تفرض على مؤسسات الدولة التعامل مع الجمهور، والفاعلين السياسيين، ووسائل الإعلام بأساليب تختلف عن الأوضاع العادية، ما يجعل ترتيب الأدوار وتحديد مستويات الخطاب ضرورة ملحّة. وتساعد هذه المستويات على بناء تنسيق مؤسسي يمنع تضارب الرسائل ويحافظ على الحد الأدنى من الثقة العامة، خصوصًا حين تمتزج الحقائق بالشائعات وتتصاعد المطالب الشعبية بسرعة.

أولاً: المستوى المؤسسي الداخلي

تتعامل المؤسسات الحكومية في بداية الأزمة مع موجة من الارتباك تتطلب تنسيقًا داخليًا دقيقًا قبل التوجه إلى الجمهور. ويشمل هذا المستوى تبادل المعلومات بين الإدارات، وتحديد الجهة المخوّلة بالتصريح، وبناء خطوط اتصال آمنة وسريعة تمنع الفوضى داخل الجهاز الرسمي [135]. وتؤدي هذه المرحلة دورًا محوريًا في حصر المشكلة ومنع توسّعها داخل المؤسسات، كما تتيح إعداد رؤية أولية تساعد صانع القرار على تقييم الخيارات المتاحة.

وتزداد أهمية هذا المستوى عندما تكون الأزمة متعددة الجهات أو تتضمن أبعادًا أمنية أو قانونية حساسة. فضعف التنسيق الداخلي يؤدي غالبًا إلى تضارب البيانات الرسمية أو خروج تصريحات غير مدروسة تزيد من تعقيد المشهد. ومن هنا تتعامل الحكومات مع هذا المستوى بوصفه قاعدة العمل الاتصالي في الساعات الأولى من الأزمة، وفيما يلي أبرز عناصره:

مكوّنات المستوى المؤسسي الداخلي	❖ تحديد جهة الاتصال الرسمية داخل المؤسسة ❖ ضبط تدفق المعلومات بين الإدارات والفرق الفنية ❖ توحيد اللغة الاتصالية قبل الظهور الإعلامي ❖ وضع إطار أولي لتقدير المخاطر وتقديمه للقيادة ❖ حماية المعلومات الحساسة ومنع تسربها قبل التحقق

يمثل هذا المستوى نقطة الانطلاق للسياسات الاتصالية اللاحقة، إذ يتيح معالجة الارتباك الأولي ويمنح صانع القرار أساسًا واضحًا للتحرك. كما أن نجاح التنسيق الداخلي يعزز قدرة المؤسسة على التعامل مع الضغوط الخارجية ويحمي الخطاب الرسمي من التناقض.

ثانيًا: المستوى القيادي

يشهد هذا المستوى انتقال الأزمة من إطارها الإداري إلى حيز القرار السياسي، حيث تتدخل القيادات العليا لتوجيه مسار الاتصال وتحديد الرسائل الرئيسية. ويأتي هذا التدخل استجابة لاحتياجات الجمهور المتعطش للمعلومة، ولضرورة تقديم موقف رسمي يحدّ من التأويلات التي تنتشر في لحظات الارتباك. وتشمل هذه المرحلة صياغة خطاب رسمي موحّد، وتحديد وتيرة الظهور الإعلامي، واختيار المتحدثين القادرين على التعامل مع الأسئلة الحرجة.

وتبدو أهمية المستوى القيادي أكثر وضوحًا عندما تتسع الأزمة وتتخذ طابعًا عامًا يؤثر في شرعية المؤسسات أو استقرار المجتمع. فغياب القيادة في مثل هذه اللحظات يخلق فراغًا تتسلل إليه الشائعات وتتضخم فيه الأصوات غير الرسمية. وضمن هذا السياق، تتشكل مجموعة من الأدوات التي تعتمدها الحكومات لضبط الرسائل الموجهة إلى الجمهور من خلال الجدول التالي:

أدوات المستوى القيادي	❖ اعتماد خطاب رسمي يحدد الموقف ويضبط الإطار العام للأزمة ❖ اختيار متحدثين يمتلكون خبرة عالية وقدرة على الإجابة الدقيقة ❖ تنسيق الظهور الإعلامي بين الجهات الحكومية ❖ تقييم المزاج العام لتعديل الرسائل وفق تطور الأحداث ❖ بناء شراكات اتصالية مع مؤسسات الدولة المختلفة

يسهم هذا المستوى في إعادة هيكلة المشهد الاتصالي وتقديم صورة أكثر تماسكا، مما يخفف حدة الارتباك ويعزز قدرة الدولة على امتصاص التوتر. ويُعدّ تدخل القيادة خطوة ضرورية لمنح الجمهور شعورًا بوجود إدارة واعية وقادرة على التحكم في مجريات الأزمة.

ثالثًا: المستوى المجتمعي والإعلامي

يمتد هذا المستوى إلى المجال العام الواسع حيث يتفاعل الجمهور والإعلام والفاعلون الرقميون مع الأزمة. ويُعدّ هذا الفضاء الأكثر حساسية بسبب وتيرة الانتشار السريع للمعلومات، وتعدد القوى المؤثرة في تشكيل الروايات وتوجيه النقاش. ويتطلب التعامل معه اعتماد أدوات اتصال تستند إلى الوضوح والسرعة والاتساق، مع القدرة على تصحيح المعلومات المغلوطة دون إثارة توتر إضافي.

ويستدعي هذا المستوى شراكات واسعة تشمل القوى المجتمعية، ووسائل الإعلام، والقيادات المحلية، بهدف توجيه النقاش العام ومنع انزلاقه نحو الاستقطاب أو العداء. كما يتطلب مراقبة مستمرة للتفاعل الرقمي الذي قد يُعيد تشكيل الأزمة أو يخلق روايات جديدة تمتد خارج نطاق السيطرة. وتشمل أبرز آليات هذا المستوى ما يأتي:

آليات المستوى المجتمعي والإعلامي	❖ تقديم معلومات موثوقة وحديثة لتهدئة التوتر العام ❖ التعاون مع وسائل الإعلام لتجنب المبالغة في التغطيات ❖ التواصل مع الجمهور عبر المنصات الرقمية بانتظام ❖ تصحيح الشائعات بطريقة عملية لا تمنحها انتشارًا إضافيًا ❖ إشراك القيادات المجتمعية للمساهمة في تهدئة الخطاب العام

يُعدّ هذا المستوى خط الدفاع الأخير في إدارة الأزمة، إذ يتعامل مباشرة مع الجمهور الذي يحدد استقرار المشهد أو اضطرابه. ومن خلال هذا التفاعل المتوازن، يمكن تحويل الأزمة من حالة تهديد إلى فرصة لتعزيز الثقة بين الدولة والمجتمع.

وتُظهر مستويات الاتصال السياسي في الأزمات أن نجاح الإدارة لا يعتمد على الرسائل الإعلامية وحدها، بل على تنسيق متكامل يبدأ من المؤسسة وينتهي إلى الجمهور. فكل مستوى يؤدي وظيفة محددة تمنع تضارب المعلومات وتضمن انتقالاً منظّمًا للخطاب الرسمي. وعندما تعمل هذه المستويات بصورة متناسقة، يصبح بالإمكان احتواء التوتر وتوجيهه نحو مسار أكثر استقرارًا، الأمر الذي يعزز قدرة الدولة على حماية المجال العام في اللحظات الحرجة.

المبحث الثالث: الاستجابة الاتصالية في الأزمات

تفرض الأزمات على المؤسسات السياسية اعتماد استجابة اتصالية سريعة ومرنة تتلاءم مع التحولات المتسارعة في المشهد العام. ففي مثل هذه الظروف، لا يكفي تقديم المعلومات الأساسية، بل تُصبح الحاجة ملحة إلى خطاب يحد من الشائعات ويقدم تفسيرًا متماسكًا للأحداث. وتساعد هذه الاستجابة في استعادة ثقة الجمهور وتثبيت الإطار الذي تُقرأ من خلاله الأزمة، بما يحمي المجال العام من الانزلاق نحو الفوضى المعلوماتية. ومن هنا تأتي أهمية فهم المراحل التي تمر بها الاستجابة الاتصالية، والأدوات التي تستخدمها، ومدى تأثيرها في إعادة التوازن للمشهد السياسي.

أولاً: مراحل الاستجابة الاتصالية للأزمات

تبدأ الاستجابة الاتصالية منذ اللحظات الأولى لاندلاع الأزمة، حيث تحتاج المؤسسات إلى تقييم الوضع سريعًا وتحديد أولويات الخطاب. وتُعدّ الساعات الأولى حاسمة لأنها غالبًا ما تحدد شكل النقاش العام واتجاهاته، لذلك تحرص الجهات المعنية على إصدار إشارات أولية تمنح الجمهور تصورًا عامًا لما يحدث. وتساعد هذه الإشارات في تجنّب الفراغ الاتصالي الذي يتحول فورًا إلى أرض خصبة للشائعات.

وتتطور الاستجابة لاحقًا لتشمل مرحلة سد الفراغ وتوحيد الرسائل، ثم مرحلة توسيع التواصل مع الجمهور، وصولاً إلى مرحلة التوجيه والاحتواء وإعادة ضبط الإطار العام[136]. وفي كل مرحلة تختلف الأدوات والأساليب بحسب طبيعة التهديد، وحجم الأزمة، ومدى تأثيرها السياسي. وفيما يأتي عرض لأبرز مراحل هذه العملية

مراحل الاستجابة الاتصالية	❖ المرحلة الأولية: إصدار معلومة موجزة تمنع الفراغ الاتصالي ❖ مرحلة التحقق: جمع المعطيات وتنسيقها بين الجهات الرسمية ❖ مرحلة التوسع: تقديم تفاصيل إضافية وشرح سياق الأزمة ❖ مرحلة التوجيه: إعادة ضبط النقاش العام ومواجهة المعلومات المغلوطة ❖ مرحلة الاحتواء: تخفيف التوتر واستعادة الإيقاع الطبيعي للخطاب

تعكس هذه المراحل تسلسلاً يسمح بالانتقال التدريجي من حالة الارتباك الأولى إلى استعادة السيطرة الاتصالية، مع مراعاة تغير المزاج العام خلال تطور الأزمة.

ثانيًا: أدوات الخطاب الرسمي أثناء الأزمات

تعتمد المؤسسات السياسية على مجموعة من الأدوات الاتصالية التي تهدف إلى بناء خطاب متماسك قادر على تهدئة الجمهور وإعادة صياغة الإدراك العام. فاختيار الأسلوب والنبرة والمحتوى يشكل جزءًا أساسيًا من إدارة الأزمة، خاصة عندما تزداد

الضغوط ويتصاعد البحث عن إجابات. ويُستخدم الخطاب الرسمي هنا كأداة تطمئن الجمهور وتقدّم رواية قابلة للتصديق تسهم في الحد من انتشار الروايات البديلة.

وتتنوع هذه الأدوات بين البيانات الرسمية، والمؤتمرات الصحفية، والرسائل الرقمية، والظهور المباشر للمسؤولين. ويأتي هذا التنوع استجابة لحاجات جمهور واسع لا يتلقى المعلومات بالطريقة نفسها، ما يتطلب تعددًا في القنوات وتكيفًا مع طبيعة كل منصة. وفيما يأتي أهم الأدوات المتداولة:

أدوات الخطاب الرسمي	❖ البيانات الموجزة لتقديم معطيات موثوقة بسرعة ❖ المؤتمرات الصحفية لتفسير التفاصيل والإجابة عن الأسئلة ❖ الإحاطات الدورية لمتابعة تقدم المعالجة ❖ الرسائل الرقمية للوصول إلى جمهور المنصات الاجتماعية ❖ الزيارات الميدانية لتعزيز الانطباع بجدية التعامل

يُظهر استخدام هذه الأدوات أن الخطاب الرسمي لا يعمل كآلية إعلامية فقط، بل كأداة لإدارة الانفعالات الجماعية وتعزيز الشعور بالسيطرة المؤسسية.

ثالثًا: إدارة الشائعات وتصحيح المعلومات

تشكل الشائعات واحدة من أخطر التحديات خلال الأزمات، إذ تنتشر بسرعة عالية وتجد في حالة الارتباك بيئة مناسبة للنمو. ويُعدّ التعامل مع هذه الشائعات جزءًا أساسيًا من الاستجابة الاتصالية، فتركها دون معالجة يمنحها قوة أكبر ويُضعف الرواية الرسمية. وتحتاج المؤسسات هنا إلى أسلوب يجمع بين السرعة والدقة، مع تجنب الدخول في سجالات تزيد من انتشار الخطأ.

كما تتطلب إدارة الشائعات استخدام أدوات متعددة تراعي طبيعة الفضاء الرقمي وسرعة الانتشار. فالمنصات الاجتماعية أصبحت المسار الرئيس لتداول المعلومات، ما يجعل مراقبة المحتوى وتقديم التوضيحات جزءًا لا يتجزأ من العمل الاتصالي. وفيما

يأتي أبرز آليات التعامل مع الشائعات:

آليات إدارة الشائعات	❖ رصد المحتوى المتداول عبر المنصات الرقمية ❖ تقديم ردود مختصرة تشرح الخطأ دون تضخيمه ❖ النشر الاستباقي للمعلومة الموثوقة ❖ التعاون مع وسائل الإعلام لإعادة تصويب الحقائق ❖ تدريب المتحدثين على أساليب نفي فعّالة لا تثير التوتر

تُسهم هذه الآليات في حماية الجمهور من المعلومة الزائفة، كما تدعم قدرة المؤسسات على الحفاظ على الثقة العامة أثناء الأزمات.

وبناء على ما سبق، تُبرز الاستجابة الاتصالية في الأزمات أهمية التنظيم المرحلي للرسائل والأدوات، باعتبارها خط الدفاع الرئيس ضد الفوضى المعلوماتية. فمن خلال المراحل المتتابعة، والأدوات المتنوعة، وآليات التعامل مع الشائعات، تتمكن المؤسسات من الحفاظ على ثقة الجمهور وتقليل الآثار السلبية للأحداث الطارئة. ويُظهر هذا المبحث أن نجاح إدارة الأزمات يعتمد على قدرة السلطة على تكييف خطابها بما ينسجم مع تطورات الموقف ويستجيب لاحتياجات المجتمع.

المبحث الرابع: السمعة السياسية والقيادة الاتصالية أثناء الأزمات

تُشكّل السمعة السياسية أحد أهم الأصول الرمزية التي تعتمد عليها القيادات في مواجهة الأزمات، إذ تُعدّ مصدرًا للاستقرار وتسهيلًا لتقبّل الجمهور للرسائل الرسمية. فحين تتعرض المؤسسات لضغوط حادة، يصبح رصيد المصداقية هو العنصر الفارق بين خطاب قادر على احتواء الأزمة وآخر يثير مزيدًا من الاحتقان. وفي هذا السياق، تتجلى أهمية القيادة الاتصالية بوصفها ممارسة تجمع بين وضوح الرسالة، وحسن إدارة الانفعالات العامة، والقدرة على تقديم نمط سلوكي يعزز الثقة. ويهدف هذا

المبحث إلى تحليل العلاقة بين السمعة السياسية ومهارات القيادة الاتصالية، وكيفية توظيفهما في تعزيز تماسك المجال العام خلال الظروف الاستثنائية.

أولاً: مفهوم السمعة السياسية

تمثل السمعة السياسية رصيدًا تراكميًا من الثقة يُبنى عبر الأداء، والالتزام، والقدرة على اتخاذ قرارات متوازنة. ولا تُصنع السمعة دفعة واحدة، بل تتشكل تدريجيًا من خلال التفاعل بين القائد والجمهور والإعلام[137]. وفي الأوقات العادية، تبدو السمعة عاملاً داعمًا، لكنها في الأزمات تتحول إلى مورد استراتيجي يُحدد مستوى الاستجابة الشعبية للخطاب الرسمي. ومن هنا تأتي أهميتها كمكوّن جوهري في إدارة المواقف الحساسة.

وتتكون السمعة من عدة عناصر تتداخل فيما بينها؛ مثل النزاهة، والفعالية، والبعد الأخلاقي، والالتزام بالوعود، إضافة إلى القدرة على التواصل بوضوح. وكلما تمازجت هذه العناصر، ازدادت فرص القائد أو المؤسسة في تقليل مستويات الشك والتشكيك خلال الأزمات. وهنا، يُبين الجدول التالي عناصر السمعة السياسية:

عناصر السمعة السياسية	❖ النزاهة التزام الأخلاقيات والبعد عن السلوكيات المثيرة للجدل ❖ الكفاءة القدرة على إدارة الملفات واتخاذ قرارات متوازنة ❖ الوضوح صياغة رسائل لا تثير اللبس أو الغموض ❖ التواصل الفعّال بناء علاقة مستقرة مع الجمهور ووسائل الإعلام ❖ الاتساق توافق الأقوال مع الأفعال عبر الزمن

وتشير هذه العناصر إلى أن السمعة السياسية ليست تعبيرًا دعائيًا، بل هي بنية متراكمة تساعد على تثبيت الثقة العامة حين تتعرض الدولة لاختبار حاد.

ثانيًا: القيادة الاتصالية في بيئات الأزمات

تعتمد القيادة الاتصالية على قدرة القائد أو المؤسسة على إدارة الرسائل، وتحديد النبرة المناسبة، وتوجيه الرأي العام نحو قراءة مشتركة للأحداث. وفي لحظات الاضطراب، تتضاعف مسؤولية القيادة نتيجة تزايد مخاطر سوء الفهم وسرعة انتشار الشائعات. ويصبح القائد مطالبًا بأن يقدم نموذجًا في الاتزان والتركيز، لأن سلوكه هو جزء من الرسالة التي تتلقاها الجماهير. ولذلك، فإن القيادة الاتصالية تُعدّ حجر الزاوية في ضبط المزاج العام.

كما تتجلى القيادة الاتصالية في مهارات محددة ترتبط بالقدرة على الإنصات، والتعاطف، وتقديم رواية تتناسب مع حاجات الجمهور. ويحتاج القائد هنا إلى تبني خطاب قائم على المشاركة بدلاً من الخطاب الهرمي الصارم، لأن الأزمات تميل إلى زيادة الحساسية الشعبية تجاه السلطة. وفيما يلي أبرز ملامح القيادة الاتصالية:

ملامح القيادة الاتصالية	❖ الحضور الميداني لتخفيف القلق عبر المشاركة المباشرة في مواقع الأزمة ❖ التواصل المفتوح لتقليل المسافة النفسية بين القيادة والجمهور ❖ التعاطف السياسي لإظهار الوعي بمعاناة المتضررين ❖ الرسائل الموحّدة لمنع تضارب الخطاب بين مؤسسات الدولة ❖ اتخاذ المواقف الرمزية لتعزيز الشعور بالثقة والطمأنينة

تكشف هذه الملامح عن دور القيادة الاتصالية في بناء قنوات تواصل لا تعتمد على نقل المعلومات فقط، بل على خلق شعور بالطمأنينة والمسؤولية المشتركة.

ثالثًا: العلاقة بين السمعة السياسية وفعالية الخطاب أثناء الأزمات

تؤثر السمعة السياسية مباشرةً في مدى استجابة الجمهور للرسائل الرسمية خلال الأزمات، إذ ترتفع ثقة الناس بالخطاب حين يكون القائد قد راكم تاريخًا من

المصداقية والاتساق. وفي المقابل، تتراجع قدرة المؤسسة على ضبط المجال العام إذا كانت سمعتها مثقلة بتناقضات أو وعود غير مُنجزة. ويؤدي هذا إلى فجوة اتصالية تجعل أي خطاب عرضة للرفض أو الشك، مهما كان محتواه قويًا.

وترتبط فعالية الخطاب أيضًا بقدرة القائد على توظيف رصيده الرمزي بطريقة واعية؛ فالقائد ذو السمعة الراسخة يستطيع تهدئة المخاوف بسرعة، بينما يحتاج القائد ذو السمعة المتذبذبة إلى مضاعفة الجهد لإقناع الجمهور. ولذلك فإن السمعة ليست مجرد إطار خارجي للخطاب، بل جزء من محتواه الضمني. ويعرض الجدول التالي ركائز الصلة بين السمعة وفعالية الخطاب:

ركائز العلاقة بين السمعة والخطاب	❖ الثقة المسبقة استعداد الجمهور لتصديق الرسائل الرسمية ❖ الاستقرار النفسي انخفاض مستوى الهلع بفضل حضور قيادي واضح ❖ قوة الإطار قدرة القيادة على ضبط تفسير الأحداث واتجاه النقاش ❖ الشرعية الرمزية رفع قبول القرارات حتى الصعبة منها ❖ تجنب التأويل الحد من انتشار القراءة السلبية للرسائل

وتظهر هذه الركائز أن الخطاب الفعّال لا يعتمد على صياغة العبارات فقط، بل يستند إلى تاريخ تراكمي يشكل أساس العلاقة بين السلطة والجمهور.

ختامًا، يُبيّن هذا المبحث أن السمعة السياسية والقيادة الاتصالية عنصران متكاملان يحددان قدرة المؤسسات على التعامل مع الأزمات بكفاءة. فالسمعة تُشكّل الإطار الرمزي الذي تُقرأ من خلاله الرسائل، بينما توفر القيادة الاتصالية المهارات التي تضبط انفعالات الجمهور وتعيد تنظيم النقاش العام. وكلما تداخل هذان البعدان، ارتفعت احتمالات تجاوز الأزمة بأقل خسائر ممكنة. ويُثبت تحليل هذه العلاقة أن نجاح إدارة الأزمات يقوم على توازن بين الأداء السياسي والرؤية الاتصالية، بما يعزز ثقة المجتمع ويمنح المؤسسات قوة رمزية قادرة على مقاومة الاضطرابات.

خاتمة الفصل الثامن

يتضح من خلال مباحث هذا الفصل أن نجاح إدارة الأزمات لا يعتمد على الإجراءات السياسية وحدها، بل يتطلب منظومة اتصالية دقيقة تُحسن قراءة التحولات السريعة وتقدّم رسائل قادرة على تعزيز الثقة العامة. وقد أظهرت الدراسة أن وضوح الخطاب، وتناسق الرواية الرسمية، وفاعلية القنوات الرقمية، تشكل عناصر مركزية في احتواء الاضطراب وتقليل مساحة الشك. كما أن القيادة الاتصالية والسمعة السياسية تؤديان دورًا محوريًا في منع الانقسام وتحويل التوتر إلى فرصة لإعادة تنظيم المجال العام. وتبيّن أيضًا أن الأزمات تكشف نقاط الضعف بقدر ما تتيح إمكانات المراجعة، مما يجعل الاتصال السياسي جزءًا لا يتجزأ من أمن الدولة الرمزي. ومن ثم، فإن بناء منظومة اتصال قادرة على التوقع والاستجابة يشكل شرطًا أساسيًا لاستقرار المؤسسات وفاعلية المجال العام.

الفصل التاسع

الاتصال السياسي في العلاقات الدولية



أصبح الاتصال السياسي في العلاقات الدولية في العصر الحديث أحد المكوّنات الأساسية لممارسة السياسة الخارجية وصياغة صورة الدول في النظام العالمي. فلم تعد العلاقات بين الدول تُدار فقط عبر القنوات الدبلوماسية المغلقة أو التفاوض المباشر، بل باتت تتم في فضاء علني تتقاطع فيه رسائل الحكومات، ووسائل الإعلام الدولية، والمنصّات الرقمية، ومنظمات المجتمع المدني العابرة للحدود. وفي هذا السياق، تحوّل الاتصال من كونه أداة مكمّلة للفعل الخارجي إلى عنصر بنيوي في تشكيل التحالفات، وإدارة الأزمات، والتأثير في الرأي العام العالمي.

وقد زادت أهمية الاتصال السياسي الدولي مع تزايد الاعتماد على القوة الناعمة، حيث تحاول الدول التأثير في سلوك الآخرين عبر الإقناع وصناعة الصورة بدلاً من اللجوء المباشر إلى القوة الصلبة. فأصبحت الحملات الإعلامية، والدبلوماسية العامة، والدبلوماسية الرقمية، والأنشطة الثقافية الموجّهة، أدواتٍ مركزية في المنافسة الجيوسياسية، وفي تبرير السياسات الخارجية أو تسويق النماذج السياسية والاقتصادية. ومن ثمّ، يهدف هذا الفصل إلى تحليل ماهية الاتصال في العلاقات الدولية، وأدواته في السياسة الخارجية، وطبيعة الحملات السياسية العابرة للحدود، إضافة إلى إبراز دور الدبلوماسية الرقمية والاتصال الاستراتيجي في إعادة تشكيل المجال الدولي المعاصر.

المبحث الأول: ماهية الاتصال في العلاقات الدولية

يهدف هذا المبحث إلى بناء إطار مفاهيمي يساعد على فهم طبيعة الاتصال السياسي في العلاقات الدولية، من خلال تعريفه، وتحديد دوافع استخدامه، واستجلاء الخصائص العامة للبيئة الاتصالية الدولية المعاصرة. وينطلق من فكرة أن الاتصال لم يعد نشاطًا ثانويًا يواكب القرارات السياسية، بل أضحى جزءًا من عملية صنع القرار نفسها، ومن إدارة حضور الدولة في الساحة العالمية.

ويُظهر تحليل ماهية الاتصال الدولي أن الرسائل المتبادلة بين الفاعلين الدوليين لا

تُوجّه فقط إلى الحكومات والمؤسسات، بل تستهدف أيضًا الشعوب والرأي العام العالمي. ولذلك، يتطلّب هذا النوع من الاتصال مراعاة الفوارق الثقافية واللغوية والقيمية بين المجتمعات، لأن أي خطأ في صياغة الرسائل أو تأطيرها قد يؤدي إلى توترات أو سوء فهم دبلوماسي. ومن هنا تأتي أهمية فهم المفهوم، ودوافعه، وبيئته العامة، قبل الانتقال إلى أدواته وتكتيكاته العملية.

أولاً: تعريف الاتصال السياسي في العلاقات الدولية

يمثّل الاتصال السياسي في العلاقات الدولية مجموع العمليات الاتصالية التي تنخرط فيها الدول، والمنظمات الدولية، والفاعلون العابرون للحدود، من أجل التأثير في السلوك الخارجي للآخرين، أو تفسير سياساتهم، أو بناء صورة ذهنية معيّنة عنهم في الفضاء العالمي[138]. ويتخذ هذا الاتصال أشكالاً متعددة، تشمل التصريحات الرسمية، والمؤتمرات الصحفية الدولية، والبيانات المشتركة، والحملات الإعلامية، والأنشطة الثقافية الموجّهة للخارج.

وتتميّز هذه العملية الاتصالية بكونها تجري في بيئة متعددة المستويات، حيث تتداخل فيها الاعتبارات السياسية والأمنية والاقتصادية مع الأبعاد الرمزية والاتصالية. فعندما تُصدر دولة ما بيانًا حول أزمة دولية، فإنها لا تخاطب فقط الحكومات المعنية، بل توجه خطابها كذلك إلى الرأي العام العالمي، وإلى المنظمات الدولية، وأسواق المال، والإعلام العابر للحدود. لذلك يصبح مضمون الرسالة، ولغتها، وتوقيتها، وقناة بثها، عناصر أساسية في تحديد أثرها السياسي. يبين الجدول التالي الأبعاد الأساسية التي يقوم عليها مفهوم الاتصال السياسي الدولي.

أبعاد مفهوم الاتصال السياسي الدولي	❖ البعد الدبلوماسي: المعلومات الرسمية الصادرة عن الدولة ❖ البعد الإعلامي: التغطيات والبرامج الإعلامية الموجّهة دوليًا ❖ البعد الثقافي: الأنشطة الثقافية الي تعكس هوية الدولة ❖ البعد الرقمي: استخدام المنصّات الرقمية للتواصل دوليًا

يكشف هذا التعريف المتعدّد الأبعاد أن الاتصال السياسي الدولي لا يُختَزل في البيانات الرسمية أو الخطب الدبلوماسية، بل يمتد ليشمل كامل الحضور الرمزي للدولة في الخارج، بما في ذلك صورتها في الإعلام، والثقافة، والفضاء الرقمي. ومن ثمّ، يمكن النظر إلى الاتصال الدولي باعتباره شبكة من الرسائل المتداخلة التي تُسهم في تشكيل مكانة الدولة في النظام العالمي.

ثانيًا: دوافع الاتصال السياسي في العلاقات الدولية

تستخدم الدول الاتصال السياسي في علاقاتها الدولية لتحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية، من أبرزها: الدفاع عن مصالحها الحيوية، شرح مواقفها تجاه القضايا الإقليمية والدولية، بناء تحالفات أو تعزيزها، واستيعاب الضغوط الخارجية أو التخفيف منها. ويزداد الاعتماد على الاتصال في سياقات الأزمات أو النزاعات، حيث تسعى الدول إلى كسب التعاطف الدولي أو تقليل الخسائر على مستوى السمعة والصورة.

وفي المقابل، تلجأ الدول إلى الاتصال السياسي في الأوقات العادية بهدف تعزيز قوتها الناعمة، من خلال ترويج نموذجها التنموي، أو إبراز استقرارها السياسي والاقتصادي، أو تقديم نفسها كوجهة جاذبة للاستثمار والسياحة والتعليم. كما تستخدمه لتأكيد التزامها بالقيم المتداولة عالميًا، كحقوق الإنسان، والتعاون الدولي، والتنمية المستدامة، بما يدعم حضورها في المنظمات الدولية، ويمنحها وزنًا في صياغة الأجندات العالمية. ويعرض الجدول التالي أبرز الدوافع التي تحفّز الدول على استخدام الاتصال السياسي خارجيًا.

دوافع الاتصال السياسي في العلاقات الدولية	❖ الدفاع عن المصالح الوطنية ❖ إدارة الأزمات الخارجية ❖ تعزيز القوة الناعمة ❖ بناء التحالفات والشراكات والاتفاقيات ❖ مواجهة الحملات السلبية

يتّضح من هذا العرض أن دوافع الاتصال في العلاقات الدولية ليست ظرفية أو هامشية، بل ترتبط مباشرة ببنية السياسة الخارجية نفسها؛ فكل قرار أو تحالف أو أزمة يحمل في طياته بعدًا اتصاليًا يسهم في تشكيل المواقف تجاه الدولة. كما أن نجاح الدولة في تحقيق مصالحها الخارجية يعتمد جزئيًا على قدرتها على شرح هذه المصالح وتبريرها في الفضاء الدولي بطريقة مقنعة ومتوازنة.

ثالثًا: خصائص الاتصال السياسي في العلاقات الدولية

تعمل الاتصالات السياسية في العلاقات الدولية اليوم داخل بيئة شديدة التعقيد، تتسم بتسارع تدفق المعلومات، وتعدد الفاعلين، وازدياد قدرة الأفراد والمنظمات غير الحكومية على التأثير في النقاشات العالمية. فلم يعد احتكار الرسائل حكرًا على وزارات الخارجية أو الوكالات الرسمية، بل أصبح الفضاء الدولي مفتوحًا أمام شركات التكنولوجيا، ووسائل الإعلام العابرة للحدود، والمنظمات الحقوقية، والحركات الاجتماعية العالمية.

كما أن الطابع الرقمي للاتصال الدولي أدّى إلى تقلّص المسافة الزمنية بين الحدث والتفاعل معه، إذ تنتقل الأخبار والبيانات في ثوانٍ عبر العالم، وتُنتج معها موجات سريعة من التعليقات والتحليلات والردود. وهذا يعني أن الدول باتت مطالَبة بالاستجابة الاتصالية السريعة والدقيقة، لأن أي تأخر في تقديم روايتها الخاصة قد يسمح للروايات المنافسة بأن تهيمن على الفضاء الإعلامي والرقمي. وهنا، يكشف

الجدول التالي الخصائص الرئيسة التي تميز البيئة الاتصالية المعاصرة على المستوى الدولي.

خصائص الاتصال السياسي الدولي	❖ تسارع تدفق المعلومات على المستوى العالمي ❖ تعدد الفاعلين الرسميين وغير الرسميين ❖ التشبيك الرقمي عبر المنصات العابرة للحدود ❖ صعوبة إخفاء الأحداث في ظل التغطيات المستمرة

تُبرز هذه الخصائص أن الاتصال السياسي في العلاقات الدولية أصبح يتم في فضاء مكشوف وشديد التنافسية، حيث تتجاور أصوات رسمية وأخرى غير رسمية، وتتقاطع الروايات والقراءات حول القضايا الدولية. ومن ثمّ، فإن أي تحليل للسياسة الخارجية المعاصرة لا يكتمل من دون فهم البنية الاتصالية التي تجري في إطارها، وطبيعة الجمهور العالمي الذي يتلقّى هذه الرسائل ويتفاعل معها.

المبحث الثاني: أدوات الاتصال في السياسة الخارجية

تُمثّل أدوات الاتصال في السياسة الخارجية مجموعة الآليات التي تعتمد عليها الدول للتواصل مع العالم الخارجي، سواء عبر القنوات الدبلوماسية الرسمية أو من خلال الوسائط الإعلامية والثقافية والرقمية. وتبرز أهمية هذه الأدوات في كونها القناة التي تمرّ عبرها الرسائل السياسية، وتتشكل من خلالها الصورة الذهنية للدولة لدى الرأي العام الدولي. كما تمكّن الدول من شرح قراراتها، وتعزيز تحالفاتها، ومواجهة الحملات المضادة، والتأثير في مواقف الفاعلين الخارجيين. ومع اتساع التفاعلات الدولية وتطور التكنولوجيا، ازدادت هذه الأدوات تنوعًا وتشابكًا، بحيث باتت تجمع بين الوسائل التقليدية والحديثة ضمن منظومة واحدة تتقاطع فيها السياسة مع الإعلام والرموز والدبلوماسية العامة. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا المبحث إلى استعراض الأدوات الرئيسة للاتصال الخارجي وبيان كيفية عملها ودورها في تشكيل علاقات الدول وصورتها في النظام الدولي.

أولاً: الخطاب الدبلوماسي الرسمي

يشكّل الخطاب الدبلوماسي أحد أهم أدوات الاتصال الخارجي، لأنه يمثل التعبير الرسمي عن مواقف الدولة تجاه القضايا الدولية. ويُمارس هذا الخطاب من خلال المؤتمرات الصحفية، والمذكرات الدبلوماسية، واللقاءات الثنائية، والبيانات المشتركة. وتتميز هذه الرسائل بأنها مدروسة بعناية، لأن أي خطأ لغوي أو دلالي قد يُفسَّر بطريقة تضر بمصالح الدولة أو تؤثر في علاقاتها مع الآخرين. ولهذا تعتمد الحكومات على فرق متخصصة لصياغة الخطابات بلغة حذرة أو حادة بحسب السياق والأهداف.

ويؤدي الخطاب الدبلوماسي دورًا محوريًا خلال الأزمات الدولية، إذ يُستخدم لتخفيف التوتر، أو لشرح المواقف الرسمية، أو لحشد التأييد الدولي. فعلى سبيل المثال، خلال الأزمات الحدودية أو النزاعات الإقليمية، تحرص الدول على إصدار بيانات توضح خلفيات موقفها القانوني والسياسي، محاولةً كسب الشرعية الدولية أو التعاطف العالمي. ويُظهر تحليل هذه الممارسات أن الخطاب الدبلوماسي لا ينقل المواقف فقط، بل يساهم في تشكيلها عبر بناء سرديات رسمية تُعتمد لاحقًا في المفاوضات والحوارات الدولية. وعليه، يوضح الجدول التالي أهم السمات التي يتصف بها الخطاب الدبلوماسي الرسمي.

سمات الخطاب الدبلوماسي الرسمي	❖ الدقة اللغوية في اختيار المفردات الرسمية ❖ الطابع الرسمي الصادر عن جهات مخوّلة ❖ التوقيت الحساس المرتبط بالسياق الدولي ❖ الوظيفة التبريرية للسياسات والقرارات الخارجية ❖ البعد التفاوضي المهّد للحوار والتحالفات

يوضح هذا الجدول أن الخطاب الدبلوماسي ليس مجرد تبادل كلمات، بل هو أداة ذات وزن سياسي تُستخدم لبناء المواقف، وخلق الانطباعات الأولى، وتحديد طبيعة

العلاقات بين الدول.

ثانيًا: الإعلام الدولي

يُعد الإعلام الدولي أحد أبرز أدوات القوة الناعمة، لأنه يمكّن الدول من مخاطبة الجمهور العالمي بلغة مباشرة تتجاوز القنوات الرسمية التقليدية. وتشمل هذه الوسيلة القنوات الإخبارية الموجهة عالميًا، التي تعمل على تقديم روايات تميل إلى وجهة نظر الدولة الراعية. وتملك هذه القنوات قدرة واسعة على التأثير في إدراك الجماهير الأجنبية للأحداث الدولية، سواء من خلال انتقاء القصص، أو ترتيب الأولويات، أو استخدام التحليل السياسي.

كما يلعب الإعلام الدولي دورًا مهمًا في التنافس الجيوسياسي، إذ تسعى الدول عبره إلى ترويج سردياتها وتحدي الروايات المنافسة. فعلى سبيل المثال، خلال الأزمات الكبرى مثل الحرب في أوكرانيا، برزت اختلافات واضحة بين التغطيات الإعلامية الغربية والروسية والصينية[139]، وهو ما يعكس تعدد السرديات الاتصالية التي تتصارع في فضاء واحد. ويُظهر هذا التعدد أن الإعلام الدولي لم يعد وسيطًا محايدًا بقدر ما أصبح ساحة تنافس بين القوى الكبرى على تشكيل الوعي العالمي. وبناء على ما سبق، يستعرض الجدول التالي الوظائف المتنوعة التي يؤديها الإعلام الدولي في خدمة السياسة الخارجية للدول.

وظائف الإعلام الدولي في السياسة الخارجية	❖ صناعة السرديات الوطنية حول القضايا الدولية ❖ التأثير في الرأي العام العالمي ❖ بناء الصورة الذهنية الإيجابية للدولة ❖ مواجهة الحملات الإعلامية والانتقادات السلبية ❖ حشد الدعم والتعاطف الدولي الرسمي والشعبي

ويكشف هذا التحليل أن الإعلام الدولي أصبح امتدادًا للسياسة الخارجية، وأن

الدول التي تمتلك وسائل إعلام قوية تستطيع التأثير في النقاشات الدولية بشكل أكبر من غيرها.

ثالثًا: الدبلوماسية العامة

تشير الدبلوماسية العامة إلى الجهود التي تبذلها الدول للتواصل مباشرة مع الشعوب الأجنبية بدلاً من الاقتصار على الحكومات، وذلك بهدف تعزيز صورتها ونموذجها الثقافي والسياسي. وتشمل هذه الجهود برامج التبادل الثقافي، المنح الدراسية، المعارض الفنية، الأنشطة الرياضية، والمبادرات التعليمية. وقد أصبحت الدبلوماسية العامة اليوم جزءًا لا يتجزأ من السياسة الخارجية، لأنها تؤثر في المدى الطويل في كيفية تصور الشعوب للدولة.

وتجسّد الدبلوماسية العامة جوهر القوة الناعمة، إذ تُظهر الدولة كفاعل حضاري وثقافي قادر على تقديم قيمة إيجابية للعالم. مما يعزز صورتها الإيجابية ويمهّد لزيادة نفوذها الاقتصادي والسياسي. فدول مثل فرنسا واليابان والولايات المتحدة لديها مؤسسات ثقافية دولية تُوظفها كأذرع دبلوماسية لتعزيز حضورها الثقافي[140]. لذا، يقدم الجدول التالي أهم الأدوات المستخدمة في ممارسة الدبلوماسية العامة وتعزيز القوة الناعمة.

أدوات الدبلوماسية العامة	❖ برامج التبادل الثقافي والفني الدولي ❖ المنح الدراسية وبرامج الطلاب الأجانب ❖ المعاهد والمراكز الثقافية خارج الدولة ❖ توظيف البطولات والأحداث الرياضية دوليًا ❖ نشر الهوية الوطنية والقيم الثقافية عالميًا

ويتضح أن الدبلوماسية العامة تعمل على المدى الطويل، حيث تزرع صورة إيجابية عن الدولة تسهّل لاحقًا تمرير سياساتها الخارجية وكسب التعاطف الدولي لقضاياها.

وبناءً على ما سبق، يُظهر هذا المبحث تحليل أدوات الاتصال في السياسة الخارجية أنها منظومة متعددة المستويات تجمع بين الخطاب الرسمي، والإعلام الدولي، والدبلوماسية العامة. وتؤدي هذه الأدوات وظائف مختلفة لكنها مترابطة، تبدأ بتفسير المواقف الرسمية، مرورًا بصناعة السرديات الإعلامية، وصولاً إلى بناء صورة إيجابية مستدامة عن الدولة. ومع تعقّد البيئة الدولية وتزايد المنافسة الجيوسياسية، أصبحت هذه الأدوات أكثر أهمية من أي وقت مضى، لأنها تُسهم في تعزيز النفوذ الخارجي وصياغة مكانة الدولة في النظام العالمي.

المبحث الثالث: الحملات السياسية العابرة للحدود

أصبحت الحملات السياسية العابرة للحدود من أبرز الظواهر الاتصالية في عالم اليوم، إذ لم يعد التأثير السياسي محصورًا داخل حدود الدولة، بل تجاوزها إلى مجتمعات ودول أخرى بفضل التطور الرقمي واتساع شبكات الإعلام العالمي. وهنا تستخدم الحكومات، والمنظمات الدولية، والفاعلون العابرون للحدود، وحتى الأفراد، هذه الحملات للتأثير في الرأي العام الأجنبي أو الضغط على الحكومات أو دعم قضايا ذات بعد عالمي. وقد اكتسبت هذه الحملات أهمية متزايدة في ظل التنافس الجيوسياسي وتحوّل الفضاء الرقمي إلى منصة مركزية لنشر الرسائل والتعبئة الدولية، مما جعلها عنصرًا فاعلاً في تشكيل السياسات والمواقف على المستوى العالمي.

أولاً: الحملات الموجّهة للرأي العام العالمي

تستهدف هذه الحملات تشكيل تصورات الشعوب الأجنبية حول قضايا معينة، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو إنسانية. وتُطلقها الدول عادة خلال الأزمات أو النزاعات أو عند محاولة كسب الشرعية الدولية. ويُستخدم فيها مزيج من الوسائل التقليدية والرقمية مثل القنوات الإخبارية العالمية، الحسابات الرسمية على مواقع التواصل، الحملات الإعلانية الرقمية، والمحتوى المرئي القصير.

وتبرز هذه الحملات بشكل واضح خلال الحروب، إذ تعمل الدول على تقديم روايات متعارضة حول أسباب النزاع وحول شرعية أفعالها. فعلى سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-19، أطلقت عدة دول حملات إعلامية ورقمية واسعة لترويج كفاءتها في إدارة الأزمة الصحية، وتسويق لقاحاتها ومساعداتها الطبية للدول الأخرى، في إطار ما عُرف بـ«دبلوماسية اللقاح» [141]. وقد استُخدمت المنصّات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي بكثافة للتأثير في الرأي العام العالمي وتعزيز الصورة الدولية لكل دولة. كذلك، خلال الأزمات الإنسانية والسياسية، تطلق دول ومنظمات حملات رقمية عابرة للحدود لتحريك الرأي العام ودفع الحكومات إلى اتخاذ مواقف معينة. ويتناول الجدول التالي الخصائص الأساسية للحملات السياسية التي تستهدف الرأي العام العالمي.

سمات الحملات الموجّهة للرأي العالمي	❖ تعدد اللغات لتوسيع نطاق الانتشار الدولي ❖ الاعتماد على الرموز والصور المؤثرة عاطفيًا ❖ توظيف الشخصيات والمؤثرين ذوي الحضور العالمي ❖ التفاعل الرقمي المكثف عبر المنصات الاجتماعية ❖ تكييف الرسائل وفق الخصوصيات الثقافية الوطنية

يتبيّن من تحليل هذه السمات أن الحملات العابرة للحدود أصبحت أداة مهمة في التأثير على المزاج العالمي، وأن نجاحها يعتمد على قدرتها على مخاطبة الجمهور بلغة قريبة من قيمه ورموزه الثقافية.

ثانيًا: التدخل السياسي في الحملات الانتخابية

يمثل التدخل في الانتخابات الأجنبية أحد أكثر أشكال الحملات العابرة للحدود إثارة للجدل، حيث تستخدم بعض الدول أو الفاعلين أدوات رقمية وإعلامية للتأثير في خيارات الناخبين في دول أخرى. وقد أصبحت هذه الظاهرة أكثر انتشارًا مع ظهور البيانات الضخمة وتقنيات الاستهداف السياسي الدقيق.

ويُعد المثال الأبرز على ذلك الجدل الذي أُثير حول التدخل الخارجي في الانتخابات الأمريكية لعام 2016، حيث استُخدمت آلاف الحسابات الرقمية الموجّهة لنشر رسائل سياسية تستهدف مجموعات محددة من الناخبين. كما وثّقت تقارير دولية محاولات تدخل في انتخابات دول أوروبية وأفريقية عبر الحملات الرقمية أو الإعلام الدولي[142]. وتكشف هذه الأمثلة أن الحدود السياسية التقليدية لم تعد قادرة على منع التأثير في الرأي العام الداخلي للدول، طالما أن المجال الرقمي مفتوح ومتشابك. يبين الجدول التالي الأدوات الرئيسة المستخدمة في التدخل السياسي عبر الحملات الانتخابية الدولية.

أدوات التدخل السياسي	❖ الإعلانات الرقمية المموّلة الموجّهة بدقة ❖ شبكات الحسابات الوهمية والمنسّقة إلكترونيًا ❖ تسريب معلومات حساسة للتأثير السياسي ❖ تضخيم قضايا معينة لتوجيه النقاش العام ❖ تضخيم قضايا معينة لتوجيه النقاش العام

ويُظهر هذا الجدول أن التدخل السياسي عبر الحملات الخارجية يعتمد على مزيج من الأدوات الإعلامية والرقمية، مما يجعل اكتشافه أو مواجهته تحديًا كبيرًا للدول الديمقراطية.

ثالثًا: حملات الضغط الدولي

تشمل حملات الضغط الدولي تلك الجهود المنظمة التي تستهدف دفع الحكومات نحو اتخاذ موقف معيّن أو تغيير سياساتها الخارجية. وقد تقوم بذلك حكومات، أو منظمات دولية، أو جماعات حقوقية، أو تحالفات من المجتمع المدني العالمي. وتستخدم هذه الحملات أدوات متنوعة مثل التقارير الحقوقية، الحملات الإعلامية، العرائض العالمية، الضغط عبر مجلس الأمن أو الهيئات الأممية، وكذلك الحملات

الرقمية واسعة الانتشار.

ومن الأمثلة الواضحة على هذا النوع من الحملات تلك التي تقودها منظمات حقوق الإنسان للضغط على الحكومات من أجل تعديل قوانين معينة، أو وقف انتهاكات، أو الالتزام بالمعاهدات الدولية[143]. كما تُستخدم هذه الحملات في قضايا المناخ، مثل الضغط العالمي المتواصل على الدول الكبرى لتقليل الانبعاثات. ويعكس ذلك أن حملات الضغط لم تعد حكرًا على الدول، بل أصبحت أداة تمتلكها أطراف غير حكومية لها قدرة مؤثرة في النظام الدولي. يعرض الجدول التالي أهم أشكال حملات الضغط الدولي التي تؤثر في سياسات الدول.

أنواع حملات الضغط الدولي	❖ حملات حقوق الإنسان لتعديل السياسات الحكومية ❖ حملات المناخ والبيئة للحد من الانبعاثات ❖ حملات المقاطعة الاقتصادية والعقوبات الشعبية ❖ حملات دعم الديمقراطية والإصلاحات السياسية ❖ الحملات الإنسانية لحشد الدعم الدولي العاجل

ويكشف هذا التصنيف أن حملات الضغط أصبحت جزءًا فعالاً من الدبلوماسية غير الرسمية، وأن تأثيرها قد يتجاوز أحيانًا تأثير الحكومات نفسها بفضل انتشارها الرقمي عالميًا.

ويتضح في هذا المبحث أن الحملات السياسية العابرة للحدود أصبحت جزءًا أساسيًا من آليات التأثير في العلاقات الدولية. فهي توظّف الإعلام، والبيانات، والمنصّات الرقمية، والرموز الثقافية، لتشكيل المواقف العامة وللتأثير في الحكومات والقرارات الدولية. ومع تطور التكنولوجيا، تزايد حضور الفاعلين غير الحكوميين، مما جعل التأثير السياسي عالميًا أكثر تعقيدًا وأقل قابلية للسيطرة التقليدية. ولذلك، أصبحت دراسة الحملات العابرة للحدود ضرورية لفهم طبيعة العلاقات الدولية الحديثة وتفاعلات البيئة السياسية العالمية.

المبحث الرابع: الدبلوماسية الرقمية والاتصال الاستراتيجي

أحدث التحول الرقمي نقلة نوعية في مجال الاتصال السياسي الدولي، حيث لم تعد الدبلوماسية محصورة في القنوات التقليدية، بل أصبحت المنصّات الرقمية عنصرًا محوريًا من أدوات السياسة الخارجية. فقد باتت وزارات الخارجية والسفارات والقادة السياسيون يمتلكون حضورًا رقميًا مؤثرًا يتيح لهم مخاطبة الشعوب الأجنبية مباشرة والتفاعل مع الأزمات الدولية في الزمن الحقيقي. ومع هذا التطور برز مفهوم «الاتصال الاستراتيجي» بوصفه مقاربة شاملة تهدف إلى بناء صورة الدولة وتعزيز سرديتها وتوجيه المواقف الدولية تجاه سياساتها عبر تنسيق الرسائل على مختلف المنصّات الإعلامية والرقمية.

أولًا: الدبلوماسية الرقمية

تشير الدبلوماسية الرقمية إلى استخدام الحكومات والمنظمات الدولية للمنصّات الرقمية – مثل إكس، فيسبوك، يوتيوب، وإنستغرام – للتواصل مع العالم، وتقديم مواقفها، والتفاعل مع الجمهور الدولي[144]. وتمثل هذه الدبلوماسية امتدادًا للدبلوماسية التقليدية، لكنها أكثر سرعة، وأكثر انفتاحًا، وأكثر قدرة على الوصول إلى جمهور واسع ومتنوّع. ويتيح هذا النوع من الدبلوماسية للدول إدارة صورتها في الزمن الحقيقي، ومتابعة النقاشات العالمية، والرد على الأخبار والشائعات فور ظهورها.

وقد أصبحت الدبلوماسية الرقمية عنصرًا فاعلاً خلال الأزمات والتوترات الدولية، حيث تعتمد الدول على حساباتها الرسمية لتقديم رواياتها والدفاع عن سياساتها. فعلى سبيل المثال، برز دور الدبلوماسية الرقمية بوضوح خلال تصاعد التوترات بين الولايات المتحدة والصين بشأن القيود المفروضة على شركات التكنولوجيا وأشباه الموصلات، إذ استخدمت الحكومتان المنصّات الرقمية لشرح مواقفهما الاقتصادية والأمنية، ومخاطبة الرأي العام العالمي، والتأثير في الأسواق والشركاء الدوليين[145].

ويبرز الجدول التالي السمات الجوهرية التي تميز الدبلوماسية الرقمية في العصر الحديث.

سمات الدبلوماسية الرقمية	❖ السرعة في نقل الرسائل والتفاعل الفوري ❖ الوصول الواسع إلى جمهور عالمي متنوع ❖ الطابع التفاعلي عبر التعليقات والحملات الرقمية ❖ الشفافية النسبية من خلال الحسابات الرسمية ❖ إدارة الأزمات والرد على الشائعات سريعًا

ويُظهر هذا أن الدبلوماسية الرقمية أصبحت بديلاً أو مكملاً فعالاً للقنوات الدبلوماسية التقليدية، لأنها تمكّن الدول من التحكم في صورتها وصوتها في الفضاء الدولي.

ثانيًا: الاتصال الاستراتيجي

يمثل الاتصال الاستراتيجي المجال الاتصالي الذي يجمع بين التخطيط، وصياغة الرسائل، وتنسيق الجهود الإعلامية والدبلوماسية والثقافية بهدف التأثير في المواقف الدولية وتعزيز القوة الناعمة للدولة[146]. ويستند إلى رؤية شمولية تجعل جميع أدوات الاتصال – الإعلام، الثقافة، الخطاب الرسمي، الحضور الرقمي – تعمل في اتجاه واحد يخدم النموذج السياسي للدولة وصورتها العالمية.

وتسعى الدول من خلال الاتصال الاستراتيجي إلى بناء سرديات إيجابية حول قيَمها وسياساتها، وإلى تعزيز صورتها كدولة مستقرة، ناجحة اقتصاديًا، أو رائدة في التكنولوجيا، أو داعمة للسلام. ويُعد هذا النوع من الاتصال طويل المدى، حيث لا يهدف فقط إلى كسب موقف آنٍ، بل إلى ترسيخ صورة متماسكة وموثوقة تمتلك قوة تأثير في الفضاء الدولي. وقد نجحت دول مثل اليابان وكوريا الجنوبية في استخدام الاتصال الاستراتيجي عبر الثقافة الشعبية لتوسيع نفوذها العالمي، كما استخدمت

دول أخرى حملات توعوية وإنسانية لتعزيز صورتها كدول ريادية[147]. وعليه، يقدم الجدول التالي الأدوات الأساسية التي يعتمد عليها الاتصال الاستراتيجي في بناء صورة الدولة عالميًا.

أدوات الاتصال الاستراتيجي الدولية	❖ الإعلام الدولي لنشر سرديات الدولة عالميًا ❖ الدبلوماسية العامة عبر البرامج الثقافية والتبادلية ❖ المحتوى الرقمي من فيديوهات وحملات مرئية ❖ الخطاب السياسي في المحافل والمنصات الدولية ❖ توظيف الرموز والقوة الناعمة ثقافيًا وهوياتيًا

ويوضح هذا الجدول أن الاتصال الاستراتيجي يدمج أدوات متعددة في منظومة واحدة تهدف إلى بناء صورة دولية مستقرة تعزز مكانة الدولة في النظام العالمي.

ثالثًا: الصراع الرقمي

لم يكن الفضاء الرقمي مجرد قناة جديدة للاتصال، بل أصبح ساحة مركزية للصراع الدولي، تُستخدم فيها الحملات المعلوماتية، والهجمات السيبرانية، والتنافس على التأثير في الرأي العام العالمي. فقد أصبحت الدول تُدير جانبًا من صراعاتها في منصّات التواصل الاجتماعي، سواء عبر حملات مضادة، أو عبر نشر روايات رسمية، أو عبر رصد وتحليل اتجاهات الجمهور.

وإضافة إلى ذلك، أوجدت الرقمنة فاعلين جددًا في العلاقات الدولية، مثل المؤثرين العالميين، والمنظمات الرقمية، والشركات التكنولوجية العملاقة. وقد أصبح قرار شركة تكنولوجية واحدة – مثل تعليق حساب مسؤول سياسي أو تقييد بث قناة إعلامية – قادرًا على إحداث أثر جيوسياسي. كما سمح الفضاء الرقمي للجماعات المدنية العابرة للحدود بإطلاق حملات ضغط مؤثرة، كما حدث في قضايا المناخ، وحقوق الإنسان، أو النزاعات الإقليمية. يكشف الجدول التالي أبرز مظاهر الصراع والنفوذ داخل الفضاء الرقمي الدولي.

مظاهر الصراع الرقمي في العلاقات الدولية	❖ الحملات المعلوماتية لنشر روايات متعارضة ❖ الهجمات السيبرانية على البنى التحتية الرقمية ❖ الدبلوماسية عبر المنصات للتأثير السياسي ❖ حملات الضغط الرقمي الشعبي العابر للحدود ❖ التنافس التكنولوجي وتأثيره في موازين النفوذ

ويتضح أن الفضاء الرقمي أصبح عنصرًا حاسمًا في ميزان القوة العالمي، إلى درجة أن الدول باتت تتعامل معه كمنطقة نفوذ يجب حمايتها وإدارتها مثل الأرض والبحر والجو.

ويكشف هذا المبحث أن الدبلوماسية الرقمية والاتصال الاستراتيجي يمثلان اليوم جوهر الممارسة الدبلوماسية الحديثة، حيث تتداخل الأدوات الرقمية، والإعلام الدولي، والدبلوماسية العامة، والرموز الثقافية في منظومة واحدة تسعى من خلالها الدول إلى تعزيز قوتها الناعمة وإدارة صورتها في العالم. كما يُظهر التحليل أن الفضاء الرقمي وفّر فرصًا جديدة للدول لتحسين وصولها وتأثيرها، لكنه في المقابل خلق ساحات جديدة للصراع والتنافس، مما يجعل فهم هذا المجال ضروريًا لتحليل العلاقات الدولية المعاصرة.

خاتمة الفصل التاسع

يبرز هذا الفصل المكانة المتصاعدة للاتصال السياسي في العلاقات الدولية باعتباره جزءًا أساسيًا من أدوات النفوذ وصناعة الصورة العالمية للدول. كما أوضح أن الرسائل الاتصالية لم تعد تُوجَّه للحكومات فقط، بل للرأي العام العالمي عبر قنوات دبلوماسية وإعلامية ورقمية متشابكة. وتبيّن أن أدوات الاتصال في السياسة الخارجية تعمل في منظومة موحّدة تجمع بين التفسير والتأثير وبناء القوة الناعمة. كما كشف الفصل دور الحملات العابرة للحدود في تشكيل المواقف الدولية والضغط السياسي بين

الدول. وأبرز التحليل أهمية الدبلوماسية الرقمية واتساع الفضاء الإلكتروني كساحة جديدة للصراع والتنافس الدولي. ومن ثمّ يتضح أن فهم العلاقات الدولية اليوم يستلزم إدراك البعد الاتصالي الذي يعيد تشكيل موازين القوة والتأثير في العالم المعاصر.

الفصل العاشر

قضايا معاصرة في الاتصال السياسي



يعيش الاتصال السياسي المعاصر لحظة تحوّل عميقة نتيجة الثورة الرقمية وتزايد التفاعلات العالمية، حيث لم يعد الخطاب السياسي مجرّد عملية نقل للمعلومات، بل أصبح معبّرًا عن رهانات أخلاقية ومعرفية تتعلق بالمصداقية، والتلاعب، والعدالة المعلوماتية، وحقوق الجمهور في المعرفة. ومع اتساع نفوذ وسائل الإعلام الرقمية، وتنامي ظاهرة المحتوى المضلّل، أصبح المجال السياسي أكثر هشاشة وأكثر تعرّضًا للانتهاكات الاتصالية التي تهدد الشفافية والنزاهة. كما برزت قضايا جديدة مثل خطاب الكراهية، تسييس المعلومة، انعدام العدالة في الوصول إلى المعرفة، وتوظيف الخوارزميات في توجيه الرأي العام. ويهدف هذا الفصل إلى تحليل أربع قضايا مركزية تشكّل جوهر النقاش السياسي المعاصر: أخلاقيات الاتصال السياسي، خطاب الكراهية والتضليل، الشفافية والمساءلة، والعدالة المعلوماتية. ويسعى إلى إبراز التحديات التي تواجه الفاعلين والجمهور والمؤسسات في بيئة سياسية متسارعة ومرتبكة.

المبحث الأول: أخلاقيات الاتصال السياسي

تشكل الأخلاقيات الإطار الناظم للسلوك الاتصالي في المجال السياسي، إذ ترسم الحدود بين الممارسات المشروعة وتلك التي تنطوي على تلاعب أو انتهاك لحقوق الجمهور. وتُعد الأخلاقيات شرطًا أساسيًا لقيام نقاش سياسي صحي يحترم حق الأفراد في المعرفة، ويصون ثقتهم بالمؤسسات السياسية والإعلامية. لذا، ينطلق هذا المبحث من تحليل مفهوم الأخلاقيات في الاتصال السياسي، وبيان مبادئه الرئيسية، مع التوقف عند أبرز التحديات الأخلاقية التي أفرزتها البيئة الرقمية المعاصرة.

أولاً: مفهوم الأخلاقيات في الاتصال السياسي

تشير الأخلاقيات في الاتصال السياسي إلى مجموعة القيم والمعايير التي تنظّم سلوك الفاعلين السياسيين والإعلاميين عند التواصل مع الجمهور، بحيث تضمن احترام الحقيقة، وتجنّب التلاعب الضار، وتقديم المعلومات بصورة مسؤولة (148).

ويُعد الالتزام الأخلاقي ضرورة لحماية المجال العام من الانحرافات التي قد تؤدي إلى تضليل المواطنين أو انتهاك خصوصيتهم أو التأثير في مواقفهم دون وعي منهم.

وتكمن أهمية الأخلاقيات في أنها تعيد التوازن إلى الاتصال السياسي، خاصة في فترات الأزمات والانتخابات، حيث تزداد الضغوط على الفاعلين السياسيين لإطلاق رسائل دعائية أو مبالغ فيها. ومن دون إطار أخلاقي، يتحول الاتصال السياسي إلى أداة صراع عدائي يُستخدم فيه التضليل والتجريح بدل الحوار والإقناع الرشيد.

وترتكز الأخلاقيات السياسية على مجموعة مبادئ تحكم جودة الخطاب ومحتواه، مثل النزاهة، احترام الحقيقة، تجنّب التشويه، والموازنة بين حرية التعبير والمسؤولية العامة[149]. وتشترط هذه المبادئ أن تكون الرسائل السياسية صادقة ومبنية على أدلة، وألّا تهدف إلى تضليل الجمهور أو التلاعب بميوله الفكرية.

ويعتمد احترام المبادئ الأخلاقية على وعي الفاعلين السياسيين بخطورة الانزلاق نحو خطاب عدائي أو تضليلي، إذ ينعكس ذلك مباشرة على ثقة الجمهور في المؤسسات. ويُعد احترام خصوصية الجمهور أحد أهم المبادئ، لا سيما في زمن جمع البيانات الضخمة، حيث قد يؤدي سوء استخدامها إلى انتهاكات جسيمة. ويستعرض هنا الجدول التالي المبادئ الأخلاقية التي تحكم جودة الخطاب السياسي ومصداقيته:

المبادئ الأخلاقية في الخطاب السياسي	❖ النزاهة في عرض المعلومات دون تحريف ❖ الاحترام في التعامل مع الخصوم والجمهور ❖ العدالة في إتاحة فرص متكافئة للآراء ❖ المساءلة عن الأخطاء والتجاوزات الخطابية ❖ الاعتدال وتجنب المبالغة أو التحريض

تكشف هذه المبادئ أن الخطاب السياسي لا يمكن أن يؤدي دوره إلا عندما يتأسس على قواعد واضحة تحمي حق الجمهور في الاطلاع على معلومات دقيقة، وتحمي

كذلك الساحة السياسية من الانزلاق نحو خطاب عدائي أو شعبوي. كما أن الالتزام بهذه المبادئ يسهم في ترسيخ ثقافة سياسية ناضجة تساعد على بناء الثقة بين الفاعلين والجمهور، وتمنع انحدار النقاش العام إلى مستويات تضر بالتماسك الاجتماعي. ومن هنا فإن احترام النزاهة والاحترام والمسؤولية ليس مجرد بعد أخلاقي، بل هو شرط لعمل النظام الديمقراطي واستمراره.

ثانيًا: التحديات الأخلاقية في البيئة الرقمية

تطرح البيئة الرقمية تحديات جديدة تتعلق بسرعة انتشار الأخبار، وإمكانية إخفاء الهوية، وصعوبة التحقق من المصادر. كما أدى التحول الرقمي إلى تغيّر طبيعة الخطاب السياسي، حيث أصبح مختصرًا، عاطفيًا، وسريع الانتشار، مما يخلق بيئة خصبة للممارسات غير الأخلاقية. وتبرز التحديات الأخلاقية بشكل واضح في مجال الإعلانات السياسية المموّلة، واستخدام الخوارزميات لاستهداف الجمهور، ونشر الأخبار المضللة. وقد أدى ذلك إلى دعوات عالمية لسنّ تشريعات تنظم الخطاب الرقمي السياسي، لحماية الجمهور من الانتهاكات الممكنة[150]. ويكشف الجدول التالي أبرز التحديات الأخلاقية التي فرضتها البيئة الرقمية على الاتصال السياسي

التحديات الأخلاقية في الاتصال السياسي	❖ سهولة انتشار الأخبار الكاذبة قبل التحقق ❖ إخفاء هوية الجهات المرسلة للرسائل ❖ الاستهداف الخوارزمي القائم على تحليل البيانات ❖ غموض الإعلانات السياسية المموّلة رقميًا ❖ تصاعد الخطاب العدائي والتحريض اللفظي

يتضح من هذه التحديات أن البيئة الرقمية قد وسّعت من فرص التواصل، لكنها في الوقت نفسه زادت المخاطر الأخلاقية المرتبطة بالخطاب السياسي، وخصوصًا مع انتشار الإخفاء الرقمي وغياب الضوابط على الاستهداف الخوارزمي. وهذا يعني

أن الحفاظ على أخلاقيات الاتصال لم يعد مسؤولية الفاعلين السياسيين فقط، بل أصبح مسؤولية مشتركة تشمل المنصّات الرقمية، المؤسسات الإعلامية، الهيئات الرقابية، والجمهور نفسه. كما أن الحاجة باتت ملحّة لتطوير سياسات تنظيمية وإعلامية قادرة على حماية المجال العام من الممارسات الضارة وضمان شفافية الرسائل السياسية في الفضاء الرقمي.

المبحث الثاني: خطاب الكراهية والتضليل في الاتصال السياسي

يمثل خطاب الكراهية والتضليل أحد أخطر التحديات التي يواجهها الاتصال السياسي المعاصر، لما له من تأثير مباشر في استقرار المجتمعات وتماسكها، وقدرة المواطنين على اتخاذ قرارات واعية مبنية على معلومات صحيحة. ومع اتساع الفضاء الرقمي وغياب الضوابط المنظمة له، أصبح المحتوى العدائي والمضلّل ينتشر بسرعة غير مسبوقة، مما يعمّق الاستقطاب ويقوّض الثقة بين الجمهور والمؤسسات. ويهدف هذا المبحث إلى تحليل طبيعة خطاب الكراهية في المجال السياسي، واستعراض أشكال التضليل المستخدمة في توجيه الرأي العام، إلى جانب توضيح العوامل التي تسهم في انتشار هذه الممارسات داخل البيئة الرقمية الحديثة.

أولاً: خطاب الكراهية

يُعرّف خطاب الكراهية بأنه كل خطاب أو محتوى يستهدف الجماعات أو الأفراد على أساس العرق، أو الدين، أو اللغة، أو التوجه السياسي، أو الهوية، ويهدف إلى التحريض أو الإقصاء أو التشويه (151). وفي المجال السياسي، يُستخدم هذا الخطاب للتأثير في المشاعر الجماعية، وخلق العدائية تجاه الخصوم، وتثبيت صور نمطية سلبية تسهّل تعبئة الجمهور. وقد ازداد حضوره في السنوات الأخيرة بفعل البيئة الرقمية التي تتيح للأفراد والجماعات إنتاج محتوى عدائي دون رقابة فعلية.

ويتجلى خطاب الكراهية في أشكال متعددة، منها التحريض المباشر ضد الخصوم السياسيين، أو استخدام لغة مهينة، أو عنصرية، أو نشر محتوى يربط جماعات

معينة بالعنف أو التهديد. وغالبًا ما يرتبط هذا الخطاب بفترات الاستقطاب الحاد مثل الانتخابات أو الأزمات الأمنية، حيث يسهل استغلال مشاعر الخوف والغضب لإثارة الجماهير. وتشير الدراسات إلى أن خطاب الكراهية يساهم في تعزيز الانقسام المجتمعي، ويضعف أجواء الحوار والتسامح، ويخلق بيئة قد تشجّع على العنف الفعلي. ويتناول الجدول التالي أبرز المظاهر التي يظهر فيها خطاب الكراهية في المجال السياسي:

مظاهر خطاب الكراهية السياسية	❖ التحريض اللفظي لإقصاء خصوم أو جماعات ❖ تكريس الصور النمطية السلبية تجاه فئات معينة ❖ الخطاب العنصري القائم على الأصل أو الدين ❖ التجريح الشخصي والإساءة لسمعة الأفراد ❖ التحريض غير المباشر عبر الإيحاء بالخطر

تكشف دراسة هذه المظاهر أن خطاب الكراهية لا يُمارَس بشكل علني فقط، بل قد يتخذ أشكالاً رمزية أو ضمنية تُخفي نوايا التحريض داخل استعارات أو صور عاطفية. وهذا يجعله أكثر خطورة لأنه يصبح مقبولاً اجتماعيًا على المدى الطويل، ويؤدي إلى تعطيل الحوار السياسي القائم على الاحترام والتنوع.

ثانيًا: التضليل السياسي

يشير التضليل السياسي إلى نشر معلومات كاذبة أو محرّفة بهدف تغيير قناعات الجمهور أو إرباكه أو توجيه اهتمامه نحو قضايا غير جوهرية[152]. ويُعد التضليل من أكثر أدوات التأثير خطورة لأنه يعمل على تشويه إدراك الجمهور للواقع، ويقوّض الثقة بالمؤسسات، ويعرقل اتخاذ القرارات العقلانية. ويعتمد التضليل عادة على استغلال الثغرات النفسية لدى الجمهور، مثل الميل إلى تصديق المعلومات التي تعزز ميولهم المسبقة.

وتتنوع آليات التضليل بين فبركة الأخبار، واقتطاع المعلومات من سياقها، وإنشاء روايات مضادة، وتضخيم أحداث هامشية لإخفاء أحداث أكثر أهمية. كما يلعب التضليل المرئي والسمعي دورًا كبيرًا في العصر الحديث، حيث يُعاد تشكيل الصور والفيديوهات بطريقة تبدو حقيقية. وتستخدم بعض الجهات التضليل كأداة منظمة ضمن حملات سياسية مدروسة تهدف إلى إضعاف الخصوم أو خلق انقسام داخلي. ويوضح الجدول التالي أهم آليات التضليل المستخدمة للتأثير في الرأي العام:

آليات التضليل السياسي	❖ نشر الأخبار المفبركة دون مصادر موثوقة ❖ الانتقاء والتحريف لخدمة رواية محددة ❖ استخدام الصور والفيديوهات المزيفة رقميًا ❖ صناعة روايات بديلة تناقض السرديات الرسمية ❖ التضخيم الإعلامي لقضايا هامشية لصرف الانتباه

ويُظهر تحليل هذه الآليات أن التضليل السياسي يعتمد على مزيج معقّد من التقنيات اللغوية والبصرية والنفسية، وأنه يتغذى على سرعة انتشار المحتوى في العالم الرقمي، حيث يتفاعل الجمهور مع الرسائل فورًا دون تحقق كافٍ. كما تكشف هذه الممارسات أن التضليل لا يستمد قوته من كذب المحتوى وحده، بل من قدرته على التغلغل في السياق الاجتماعي والثقافي للجمهور، مما يجعل مواجهته أكثر صعوبة ويحوّله إلى ظاهرة مستمرة تؤثر في النقاش العام وتوجّه اهتمامات المواطنين بطريقة غير واعية.

ثالثًا: العوامل المؤدية إلى انتشار خطاب الكراهية والتضليل

تسهم عدة عوامل في خلق بيئة خصبة لانتشار خطاب الكراهية والتضليل، أبرزها الاستقطاب السياسي الحاد، وغياب ثقافة إعلامية قوية، وضعف الثقة بالمؤسسات الرسمية. كما أن المنصّات الرقمية توفر آليات انتشار سريعة، تسمح للحسابات الوهمية والجماعات المنظمة ببثّ محتوى عدائي أو مضلّل يصل إلى ملايين

المستخدمين خلال ساعات.

ومن العوامل المهمة أيضًا ما يُعرف بـ«الغرف المغلقة» الرقمية، حيث يتلقى المستخدم محتوى يتوافق فقط مع ميولاته، ما يزيد من التحيّز المعرفي ويجعله أكثر استعدادًا لتصديق الأخبار الكاذبة أو المشاركة في خطاب عدائي. كما تلعب الخوارزميات دورًا أساسيًا في تضخيم هذا النوع من المحتوى لأنه غالبًا أكثر إثارة وتفاعلاً، مما يعزز انتشاره على حساب المحتوى الرصين[153]. ويعرض الجدول التالي العوامل التي تهيئ البيئة لانتشار الكراهية والمعلومات المضللة:

عوامل انتشار الكراهية والتضليل	❖ الاستقطاب السياسي الحاد بين الجماعات ❖ ضعف الثقافة الإعلامية ومهارات التحقق ❖ الخوارزميات الرقمية المعززة للمحتوى المثير ❖ انتشار الحسابات الوهمية المنظمة رقميًا ❖ تراجع الثقة بالمؤسسات الرسمية والإعلامية

ومن خلال هذه العوامل، يتضح أن انتشار الكراهية والتضليل ليس ظاهرة عرضية، بل نتيجة بنية إعلامية وسياسية معقدة، تتداخل فيها التكنولوجيا مع السياق الاجتماعي، مما يجعل التعامل معها يحتاج إلى سياسات شاملة تجمع بين التربية الإعلامية والتنظيم الرقمي. كما يبيّن هذا التحليل أن مواجهة هذه الظاهرة تتطلب تعاونًا بين الحكومات والمنصّات الرقمية والمجتمع المدني، لأن تركها دون ضبط يسمح بتعميق الاستقطاب وإضعاف الثقة العامة. وفي المحصلة، فإن بناء فضاء اتصالي آمن وموثوق يستدعي تطوير مهارات الجمهور وتحسين البيئة القانونية لمنع استغلال هذه العوامل في توجيه الرأي العام بصورة سلبية.

المبحث الثالث: الشفافية والمساءلة والنزاهة في الاتصال السياسي

تُعدّ الشفافية والمساءلة والنزاهة ركائز أساسية لضبط الاتصال السياسي وحماية الجمهور من التلاعب والممارسات غير الأخلاقية، خاصة في ظل اتساع الفضاء الرقمي وتزايد حجم المعلومات المتداولة. فقد أصبحت الحاجة أكثر إلحاحًا لأن تكون الرسائل السياسية واضحة المصدر والهدف ومسؤولة أمام المجتمع ومؤسساته. كما بات الجمهور أكثر وعيًا بحقّه في المعرفة، وأكثر مطالبة للفاعلين السياسيين بالإفصاح عن مصادر تمويل حملاتهم، وطرق استخدام البيانات، والغايات التي تقف خلف الرسائل التي يتم توجيهها عبر المنصّات المختلفة.

أولاً: الشفافية في الاتصال السياسي

تشير الشفافية في الاتصال السياسي إلى وضوح الرسائل واتساقها، وكشف مصادر المعلومات، وتحديد الجهات الفاعلة التي تقف وراء الحملات السياسية[154]. ويُعد هذا المبدأ أساسيًا لضمان معرفة الجمهور بخلفية الرسائل التي يتلقاها، مما يساعده على تقييمها بشكل واعٍ. وتتجلى الشفافية في الإعلان عن مصادر التمويل، والإفصاح عن أهداف الحملات، وتقديم البيانات بشكل كامل غير مجتزأ.

وتبرز أهمية الشفافية بشكل خاص في الحملات الانتخابية، حيث قد تُستخدم الأموال أو البيانات الشخصية بطريقة غير معلنة لتوجيه الناخبين. وفي البيئة الرقمية، أصبحت الشفافية أكثر ضرورة بسبب إمكانية إخفاء الهوية أو إطلاق حملات ممولة من جهات مجهولة. ومن هنا تسعى العديد من الدول اليوم لسنّ تشريعات تفرض الإفصاح الكامل عن الحملات الممولة وعن الجهات الواقفة وراء المحتوى السياسي الرقمي. ويبين الجدول التالي العناصر الرئيسة التي تكوّن مفهوم الشفافية في الاتصال السياسي:

مكونات الشفافية في الاتصال السياسي	❖ وضوح مصدر الرسالة والجهة المنتجة ❖ الإفصاح عن مصادر التمويل والدعم ❖ إتاحة المعلومات كاملة دون اجتزاء ❖ دقة الرسائل وقابليتها للتحقق العلني ❖ الكشف الواضح عن الأهداف السياسية

ويكشف هذا الإطار أن الشفافية تساعد الجمهور على بناء ثقة مستدامة بالفاعلين السياسيين، وتحدّ من انتشار المعلومات المضللة أو المحتوى المشبوه الذي قد يضر بالمجال العام. كما تسهم في تعزيز قدرة المواطن على تقييم الخطاب السياسي وتفكيك الرسائل وفق معايير واضحة، مما يقلل من احتمالات التلاعب والإخفاء. وتُعد الشفافية أيضًا مدخلاً أساسيًا لترسيخ ثقافة المساءلة، لأن وضوح مصادر المعلومات وأهدافها يجعل الفاعلين السياسيين أكثر التزامًا ومسؤولية عند توجيه رسائلهم للجمهور. وبهذا، تتحول الشفافية من مجرد قيمة أخلاقية إلى ركيزة تنظيمية تحمي البيئة السياسية من التشويه وتضمن عدالة الوصول إلى المعرفة.

ثانيًا: المساءلة في الاتصال السياسي

تعني المساءلة قدرة الجمهور والمؤسسات الرقابية على متابعة سلوك الفاعلين السياسيين ومحاسبتهم عند ارتكاب مخالفات اتصالية مثل التضليل، أو استغلال البيانات، أو استخدام خطاب يحضّ على الكراهية [155]. وتُعد المساءلة جزءًا أساسيًا من الديمقراطية، لأنها تمنع احتكار المعلومات وتحدّ من الانتهاكات الاتصالية التي قد تؤثر في اتجاهات الجمهور.

وتشمل أدوات المساءلة عدة آليات، منها القوانين المنظمة للاتصال السياسي، المؤسسات الرقابية، لجان الإعلام والانتخابات، إضافة إلى دور الصحافة الاستقصائية التي تكشف الممارسات غير الأخلاقية. كما تلعب المنظمات الدولية ومؤسسات المجتمع

المدني دورًا مهمًا في مراقبة الحملات الانتخابية ومحاسبة الجهات التي تلجأ إلى التضليل أو عدم الإفصاح. وتساعد هذه الآليات على تعزيز الثقة العامة وحماية العملية السياسية من الانحراف. ويوضح الجدول التالي أهم آليات المساءلة التي تضبط الخطاب السياسي:

أدوات المساءلة في الاتصال السياسي	❖ التشريعات والقوانين المنظمة للحملات السياسية ❖ الهيئات الرقابية ولجان الانتخابات والإعلام ❖ الصحافة الاستقصائية لكشف الانتهاكات الاتصالية ❖ المساءلة المجتمعية عبر الرقابة الشعبية ❖ الآليات الدولية لمراقبة نزاهة العملية السياسية

ويبيّن هذا الإطار أن المساءلة ليست مجرد إجراء رقابي، بل جزء أساسي من حماية النظام السياسي وضمان عدالة المنافسة بين الفاعلين. فهي تمكّن الجمهور من متابعة الأداء السياسي والإعلامي وتقييمه، وتحدّ من استخدام الأدوات الاتصالية بشكل يضر بالمجال العام أو يوجهه نحو التضليل. كما تسهم المساءلة في تعزيز الشفافية، إذ تدفع الفاعلين السياسيين إلى الكشف عن مصادر تمويلهم وأساليب تواصلهم، مما يرسّخ الثقة بين المجتمع والمؤسسات. وتُظهر التجارب أن المجتمعات التي تمتلك آليات مساءلة فعّالة تكون أقل عرضة للخطاب الشعبوي والانتهاكات الاتصالية، وأكثر قدرة على حماية نزاهة الحياة السياسية واستقرارها.

ثالثًا: النزاهة في الاتصال السياسي

النزاهة هي أحد المبادئ المركزية في الاتصال السياسي، لأنها تحكم طريقة تقديم المعلومات والتعامل مع الجمهور. وتعني النزاهة الالتزام بالأمانة، وتجنب التلاعب، واحترام العقل العام، وعدم استغلال ضعف الجمهور المعرفي لتحقيق أهداف سياسية قصيرة المدى [156]. ويُعد الخطاب النزيه أساسًا لتكوين رأي عام مستنير وواعي.

وتنعكس النزاهة في عدة ممارسات، منها تجنب استخدام البيانات الشخصية دون إذن، وعدم اللجوء إلى الشائعات أو القصص المفبركة، وتقديم المعلومات في سياقها الصحيح. وتزداد أهمية النزاهة في البيئة الرقمية حيث المنافسة على جذب الانتباه قد تدفع البعض نحو التضليل أو التشويه. ولذلك تتطلب النزاهة التزامًا أخلاقيًا ومؤسسيًا يضمن الحفاظ على نقاء الخطاب السياسي وحمايته من الانحرافات. ويستعرض الجدول التالي أهم المؤشرات التي تعكس نزاهة الخطاب والممارسة السياسية:

مؤشرات النزاهة في الاتصال السياسي	❖ الأمانة في عرض المعلومات دون تحريف ❖ تجنب المبالغة والتهويل غير المبرر ❖ احترام الجمهور بوصفه شريكًا واعيًا ❖ عدم استغلال البيانات الشخصية دون إذن ❖ الاتساق بين الخطاب والممارسة السياسية

ويوضح هذا التحليل أن النزاهة ليست قيمة أخلاقية فقط، بل عنصر تنظيمي يحمي الفضاء السياسي من الانحراف نحو الشعبوية أو التضليل المنهجي. فوجود خطاب يقوم على الأمانة والاتساق يُعزّز ثقة الجمهور بالمؤسسات ويمنح العملية السياسية قدرًا أعلى من الاستقرار والوضوح. كما تساعد النزاهة في الحد من استغلال نقاط الضعف المعرفية لدى المواطنين، وتدفع الفاعلين السياسيين إلى تبني ممارسات مسؤولة تحترم حق الجمهور في المعرفة. ومن ثمّ، تصبح النزاهة إطارًا مرجعيًا يضمن جودة الخطاب السياسي واستدامته، ويحول دون تحوّل المجال العام إلى مسرح للتهويل أو التشويه أو التلاعب بالمشاعر.

المبحث الرابع: العدالة المعلوماتية والوصول للمعلومة

تُعتبر العدالة المعلوماتية إحدى القضايا المحورية في الاتصال السياسي المعاصر، لما لها من ارتباط مباشر بحق الجمهور في الوصول إلى المعلومات وبالمساواة في الفرص المعرفية، وبقدرة جميع الأفراد والفئات على المشاركة في النقاش العام دون تمييز أو تهميش. ومع اتساع الفجوة الرقمية وتفاوت مهارات استخدام المعلومات بين الفئات الاجتماعية، يتحول الخلل المعلوماتي إلى عامل يعمّق عدم المساواة السياسية. كما تسهم هيمنة المنصّات الرقمية الكبرى على تدفق المحتوى في فرض أنماط جديدة من التأثير والسيطرة على الرأي العام، مما يجعل قضية العدالة المعلوماتية قضية سياسية بامتياز تتعلق بتوازن القوة داخل المجال العام.

أولاً: العدالة المعلوماتية في الاتصال السياسي

تشير العدالة المعلوماتية إلى قدرة جميع أفراد المجتمع على الوصول المتكافئ إلى المعلومات والمعرفة، بغض النظر عن خلفياتهم الاجتماعية أو الاقتصادية أو الجغرافية[157]. وهي مفهوم يتجاوز إتاحة المعلومات بصورتها التقنية، ليشمل كذلك القدرة على فهمها، وتحليلها، واستخدامها بشكل فعّال في صنع القرار. ولذلك تُعد العدالة المعلوماتية أساسًا بنيويًا للمواطنة الديمقراطية، لأنها تحدد مدى قدرة الأفراد على المشاركة الواعية في الشأن العام.

وتكتسب العدالة المعلوماتية أهمية خاصة في المجال السياسي، حيث يُفترض أن يمتلك المواطنون القدرة على الاطلاع على السياسات العامة، ومتابعة أداء الحكومات، والوصول إلى مصادر موثوقة قبل اتخاذ موقف سياسي أو انتخابي. وفي غياب هذه العدالة، يزداد تأثير التضليل، وتتعزز الفوارق بين فئات المجتمع، ويصبح المجال العام مائلاً لصالح من يملك الأدوات التقنية والاقتصادية للسيطرة على المعلومة. ويعرض الجدول التالي الأبعاد الأساسية التي يقوم عليها مفهوم العدالة المعلوماتية:

أبعاد العدالة المعلوماتية السياسية	❖ إتاحة المعلومات الرسمية لجميع المواطنين ❖ تمكين الأفراد من مهارات التحليل الرقمي ❖ تقليص الفجوة الرقمية في الوصول للتكنولوجيا ❖ ضمان تنوع المصادر والتعددية الإعلامية ❖ حماية الحق في المعرفة ومنع الاحتكار

ويظهر من هذا الإطار أن العدالة المعلوماتية ليست مجرد قضية معرفية، بل هي سياسة عامة تتعلق بالحقوق والحريات والمشاركة السياسية. فإتاحة المعلومات وتمكين المواطنين من استخدامها وفهمها يمثلان أساسًا لتكوين رأي عام واعٍ قادر على مراقبة السلطة ومحاسبتها. كما تسهم العدالة المعلوماتية في تقليل الفجوة بين الفئات الاجتماعية، وتمكين الفئات المهمَّشة من المشاركة في اتخاذ القرار على قدم المساواة مع غيرها. ومن ثم، فإن ضمان تنوع المصادر وتوفير المهارات الرقمية للجمهور يشكلان شرطين ضروريين لبناء فضاء سياسي شفاف وتعددي، يساهم في تعزيز الاستقرار الديمقراطي وحماية المجال العام من الاحتكار المعرفي.

ثانيًا: العوائق التي تحول دون الوصول للمعلومة

تواجه العدالة المعلوماتية عدة عوائق بنيوية تؤدي إلى تفاوت كبير في قدرة المواطنين على الوصول للمعلومات. ومن أبرز هذه العوائق الفجوة الرقمية التي تتجلى في تفاوت إمكانية الوصول إلى الإنترنت والأجهزة الرقمية بين الفئات الحضرية والريفية، أو بين الأغنياء والفقراء. كما يبرز ضعف الثقافة الإعلامية كأحد أهم العوامل، حيث يواجه العديد صعوبة في التمييز بين المصادر الموثوقة والأخبار المضللة.

وتتجلى العوائق أيضًا في البنية الإعلامية نفسها، إذ قد تهيمن مجموعة محدودة من المؤسسات الإعلامية على الساحة، مما يقلل من تنوع الآراء ويحد من الخيارات المعرفية أمام الجمهور. كما يمكن أن تؤدي السياسات الحكومية المقيدة للإعلام أو

غياب الشفافية إلى حرمان المواطنين من معلومات أساسية حول قرارات تؤثر على حياتهم اليومية. وتزداد هذه العوائق خطورة في المجتمعات التي تشهد استقطابًا سياسيًا أو صراعات داخلية. ويبين الجدول التالي أبرز العوائق التي تمنع تحقيق عدالة معرفية بين المواطنين:

عوائق الوصول المنصف للمعلومات	❖ الفجوة الرقمية في الوصول إلى الإنترنت ❖ ضعف الثقافة الإعلامية ومهارات التحقق ❖ احتكار المعلومات من مؤسسات محدودة ❖ القيود الحكومية على نشر البيانات ❖ غياب التعددية الإعلامية وتنوع الآراء

ويكشف هذا التحليل أن العدالة المعلوماتية تتأثر بعوامل اقتصادية وسياسية وثقافية، وأن تجاوز هذه العوائق يحتاج إلى سياسات شاملة تشمل التعليم، والبنية الرقمية، وتنظيم الإعلام. كما يتضح أن ضعف المهارات الرقمية واحتكار المصادر قد يؤديان إلى إقصاء فئات واسعة من المشاركة السياسية، مما يخلق فجوة معرفية تُترجم لاحقًا إلى فجوة ديمقراطية. ويبيّن هذا الواقع أن ضمان الوصول المنصف للمعلومة ليس مسؤولية تقنية فقط، بل هو مشروع مجتمعي يتطلب شراكة بين الدولة والمؤسسات التعليمية والإعلامية لضمان تكافؤ الفرص في المعرفة. ومن دون معالجة هذه العوائق، ستظل القدرة على المشاركة الواعية محصورة ضمن فئات محدودة، بما يخلّ بتوازن المجال العام واستقراره.

ثالثًا: تأثير التكنولوجيا في العدالة المعلوماتية

تلعب التكنولوجيا دورًا مزدوجًا في مجال العدالة المعلوماتية. فمن جهة، وفرت الإنترنت والمنصّات الرقمية إمكانية وصول غير مسبوقة للمعلومات، ومكّنت المواطنين من متابعة الأحداث العالمية والمحلية فور حدوثها، والمشاركة في النقاشات السياسية

بحرية أكبر. كما أتاحت هذه المنصّات فرصًا واسعة للتعليم المفتوح والبحوث، مما عزز قدرة الجمهور على اكتساب المعرفة.

لكن من جهة أخرى، أدت سيطرة الشركات الرقمية الكبرى إلى خلق نوع من الهيمنة المعلوماتية، حيث تتحكم الخوارزميات في ترتيب المحتوى الذي يصل للمستخدم، مما قد يؤدي إلى تهميش بعض الرؤى أو تضخيم أخرى. كما أن نموذج الربح القائم على التفاعل يجعل المحتوى المثير أو المتطرف أكثر انتشارًا على حساب المحتوى الرصين، مما يخلق خللاً في نوعية المعلومات التي يتلقاها الجمهور. وتساهم البيانات الضخمة والاستهداف الخوارزمي في تعميق الفجوات بين الفئات الاجتماعية، لأن الرسائل تتحول إلى محتوى شخصي، مما يقطع التواصل بين المجموعات المختلفة ويقلل من العدالة المعرفية. ويكشف الجدول التالي كيف تسهم التكنولوجيا في تعزيز العدالة المعلوماتية أو إضعافها:

تأثير التكنولوجيا في العدالة المعلوماتية	❖ تعزيز الوصول عبر المنصّات الرقمية المفتوحة ❖ توسيع الفجوة الرقمية بين الفئات الاجتماعية ❖ تعميق الاستقطاب بفعل الخوارزميات الموجِّهة ❖ إتاحة تنوع أكبر في المصادر الإعلامية ❖ هيمنة الشركات على ترتيب المحتوى وانتشاره

يُظهر هذا التحليل أن التكنولوجيا قادرة على خلق فرص واسعة للتعلّم والانفتاح، لكنها في الوقت ذاته قد تنتج أشكالاً جديدة من عدم المساواة المعلوماتية إذا لم تخضع لتنظيم أخلاقي ومؤسسي. فالعوامل التقنية والخوارزمية التي تتحكم في تدفق المعلومات قد تُعزز التحيّزات القائمة وتوجه المستخدم نحو محتوى محدد دون وعي منه، مما يحد من تنوع الرؤى المتاحة له. كما أن هيمنة الشركات الرقمية الكبرى تمنح هذه المؤسسات سلطة واسعة على بنية المعرفة العامة، وهو ما قد ينعكس سلبًا على استقلالية المجال الإعلامي وتعدديته. وبذلك تُصبح الحاجة ملحّة إلى إدارة

رشيدة للتكنولوجيا توازن بين حرية الوصول إلى المعلومات وبين حماية الجمهور من الهيمنة الرقمية والتلاعب الخوارزمي.

خاتمة الفصل العاشر

يكشف هذا الفصل أن القضايا المعاصرة في الاتصال السياسي ليست ظواهر هامشية، بل هي مكوّنات مركزية تعيد تشكيل بنية المجال العام وتؤثّر بشكل مباشر في الثقة السياسية والمشاركة الديمقراطية. فقد بيّن التحليل أن الأخلاقيات، ومكافحة التضليل، وتعزيز الشفافية، وتحقيق العدالة المعلوماتية تشكّل اليوم شروطًا ضرورية لحماية النظام السياسي من الانحرافات الاتصالية التي تنتجها البيئة الرقمية. كما تبرز الحاجة إلى سياسات تنظيمية وتربوية قادرة على مواجهة خطاب الكراهية وضبط استخدام البيانات ومنع الاحتكار المعلوماتي. وقد أظهر الفصل أن مستقبل الاتصال السياسي يعتمد بدرجة كبيرة على قدرة المجتمعات على مواءمة التكنولوجيا بالقيم الديمقراطية ومبادئ النزاهة. وفي النهاية، يؤكد هذا الفصل أن صون المجال العام يتطلب رؤية جماعية توازن بين حرية التعبير ومسؤوليات الإنتاج المعرفي، بما يضمن استقرار الحياة السياسية وجودة المشاركة المجتمعية.

المراجع

[1] H. D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in The Communication of Ideas, L. Bryson, Ed. New York: Free Press, 1948, pp. 37–51. https://tinyurl.com/3ukstbck

[2] K. W. Deutsch, The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. New York: Free Press, 1963. https://tinyurl.com/yc4krukj

[3] B. McNair, An Introduction to Political Communication, 6th ed. London: Routledge, 2017. https://tinyurl.com/3c426p4j

[4] D. C. Hallin and P. Mancini, Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. https://tinyurl.com/5xpu93uk

[5] J. Habermas, The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, MA: MIT Press, 1989. https://tinyurl.com/jp32r8bb

[6] G. S. Jowett and V. O'Donnell, Propaganda and Persuasion, 6th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1992. https://tinyurl.com/4ewp7nje

[7] S. M. Cutlip, A. H. Center, and G. M. Broom, Effective Public Relations, 9th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2009. https://tinyurl.com/ye9dztxz

[8] M. J. Canel and K. Sanders, Government Communication: Cases and Challenges. London: Bloomsbury Academic, 2013.

https://tinyurl.com/2kd9f6u2

[9] K. Hallahan et al., "Defining Strategic Communication," International Journal of Strategic Communication, vol. 1, no. 1, pp. 3–35, 2007. https://tinyurl.com/3esnjuba

[10] J. Ober, Mass and Elite in Democratic Athens: Rhetoric, Ideology, and the Power of the People. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1989. https://tinyurl.com/3u6prc98

[11] J. M. May and J. Wisse, Cicero: On the Ideal Orator (De Oratore). Oxford: Oxford University Press, 2001. https://tinyurl.com/5emewwkh

[12] W. Ullmann, The Growth of Papal Government in the Middle Ages: A Study in the Ideological Relation of Clerical to Lay Power. London: Methuen, 2021. https://tinyurl.com/mrxtskz9

[13] H. Kennedy, The Prophet and the Age of the Caliphates: The Islamic Near East from the Sixth to the Eleventh Century, 2nd ed. London: Routledge, 1986. https://tinyurl.com/yha2nmpm

[14] P. Dahlgren, Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. https://tinyurl.com/yc7jahru

[15] D. Welch, Propaganda, Power and Persuasion: From World War I to Wikileaks. London: I.B. Tauris, 2013. https://

tinyurl.com/3y6c7d2m

[16] G. Mazzoleni, Political Communication. Berlin: Walter de Gruyter, 2014. https://tinyurl.com/3wj2s9bf

[17] J. Lees-Marshment, Political Marketing: Principles and Applications. London: Routledge, 2009. https://tinyurl.com/2udn67fd

[18] A. Chadwick, The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford: Oxford University Press, 2013. https://tinyurl.com/y2x324m6

[19] P. N. Howard, New Media Campaigns and the Managed Citizen. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. https://tinyurl.com/2fjs63jm

[20] B. McNair, An Introduction to Political Communication, 6th ed. London: Routledge, 2017. https://tinyurl.com/3c426p4j

[21] R. Wodak, The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean. London: Sage Publications, 2015. https://tinyurl.com/wdhu9vn8

[22] R. West and L. H. Turner, Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 5th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2014. https://tinyurl.com/5n6y5pb5

[23] S. J. Baran and D. K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 7th ed. Boston: Cengage Learning, 2015. https://tinyurl.com/ymt6p288

[24] J. Bryant and M. B. Oliver, Eds., Media Effects: Advances in Theory and Research, 3rd ed. New York: Routledge, 2020. https://tinyurl.com/bdetvz3c

[25] S. W. Littlejohn, Theories of Human Communication, 10th ed. Long Grove, IL: Waveland Press, 2021. https://tinyurl.com/55xd3hp2

[26] Z. Papacharissi, A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York: Routledge, 2011. https://tinyurl.com/3ake52ks

[27] M. McCombs, Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2004. https://tinyurl.com/2vb6svr5

[28] S. J. Baran and D. K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 7th ed. Boston: Cengage Learning, 2015. https://tinyurl.com/ymt6p288

[29] S. W. Littlejohn, Theories of Human Communication, 10th ed. Long Grove, IL: Waveland Press, 2021. https://tinyurl.com/55xd3hp2

[30] S. J. Baran and D. K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 7th ed. Boston: Cengage Learning, 2015. https://tinyurl.com/ymt6p288

[31] W. J. Severin and J. W. Tankard Jr., Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media, 5th ed.

New York: Pearson, 1997. https://tinyurl.com/2hvahjyr

[32] S. A. Lowery and M. L. DeFleur, Milestones in Mass Communication Research: Media Effects, 3rd ed. New York: Longman, 1995. https://tinyurl.com/4sxk3x78

[33] S. J. Ball-Rokeach and M. L. DeFleur, "A Dependency Model of Mass-Media Effects," in Media Effects: Advances in Theory and Research, J. Bryant and M. B. Oliver, Eds., 3rd ed. New York: Routledge, 1994. https://tinyurl.com/5bpry9cj

[34] J. Strömbäck and L. L. Kaid, Eds., The Handbook of Election News Coverage Around the World. New York: Routledge, 2008. https://tinyurl.com/msz8vsuu

[35] S. J. Baran and D. K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 7th ed. Boston: Cengage Learning, 2015. https://tinyurl.com/ymt6p288

[36] M. McCombs, Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2004. https://tinyurl.com/2vb6svr5

[37] M. McCombs, D. L. Shaw, and D. H. Weaver, Eds., Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2019. https://tinyurl.com/7mvscrnn

[38] J. Dearing and E. Rogers, Agenda-Setting, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2022. https://tinyurl.com/

yx9mzeuu

[39] M. McCombs, Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2004. https://tinyurl.com/2vb6svr5

[40] L. Camaj and D. H. Weaver, "Need for Orientation and Attribute Agenda-Setting During a U.S. Election Campaign," International Journal of Communication, vol. 7, pp. 1443–1463, 2013. https://tinyurl.com/3f3mvjpz

[41] M. McCombs, Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2004. https://tinyurl.com/2vb6svr5

[42] J. Dearing and E. Rogers, Agenda-Setting, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2022. https://tinyurl.com/yx9mzeuu

[43] S. J. Baran and D. K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 7th ed. Boston: Cengage Learning, 2015. https://tinyurl.com/ymt6p288

[44] S. Hall, "Encoding/Decoding," in The Cultural Studies Reader, S. During, Ed., 3rd ed. London: Routledge, 2020, pp. 507–517. https://tinyurl.com/98c95j5c

[45] J. Storey, Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction, 7th ed. London: Routledge, 2006. https://tinyurl.com/yc8n6b72

[46] S. Hall, "Encoding/Decoding," in The Cultural Studies Reader, S. During, Ed., 3rd ed. London: Routledge, 2020, pp. 507–517. https://tinyurl.com/98c95j5c

[47] J. Fiske, Television Culture, 2nd ed. London: Routledge, 2011. https://tinyurl.com/4ctnh3xp

[48] D. Morley, Media, Modernity and Technology: The Geography of the New. London: Routledge, 2007. https://tinyurl.com/47nzhrj4

[49] J. Matthes, S. Knoll, and C. Sikorski, "The 'Spiral of Silence' Revisited: A Meta-Analysis on the Relationship Between Perceived Opinion Climate and Opinion Expression," Communication Research, vol. 45, no. 1, pp. 3–33, 2018. https://tinyurl.com/mryvpah4

[50] S. Gearhart and F. Zhang, "Was It Something I Said? Noelle-Neumann's Spiral of Silence and Social Media," Journal of Communication, vol. 65, no. 1, pp. 5–26, 2015. https://tinyurl.com/7a7ndrwk

[51] A. F. Hayes, J. Shanahan, and K. M. Glynn, "Willingness to Self-Censor: A Construct and Measurement Tool for Public Opinion Research," International Journal of Public Opinion Research, vol. 17, no. 3, pp. 298–323, 2005. https://tinyurl.com/2s3ky2aj

[52] Y. Tsfati and J. N. Cappella, "Do People Watch What They

Do Not Trust? Exploring the Association Between News Media Skepticism and Exposure," Communication Research, vol. 30, no. 5, pp. 504–529, 2003. https://tinyurl.com/3v254fze

[53] K. N. Hampton et al., "Social Media and the 'Spiral of Silence,'" Information, Communication & Society, vol. 17, no. 4, pp. 1–16, 2014. https://tinyurl.com/4fw8yvct

[54] E. Fox, "Communication Media in Latin America," Journal of Communication, vol. 44, no. 4, pp. 4–8, 1994. https://tinyurl.com/3jkhucdb

[55] C. H. de Vreese, "News Framing: Theory and Typology," Information Design Journal + Document Design, vol. 13, no. 1, pp. 51–62, 2005. https://tinyurl.com/yzu92rce

[56] D. A. Scheufele, "Framing as a Theory of Media Effects," Journal of Communication, vol. 49, no. 1, pp. 103–122, 1999. https://tinyurl.com/mwdu9fuy

[57] D. Chong and J. N. Druckman, "A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments," Journal of Communication, vol. 57, no. 1, pp. 99–118, 2007. https://tinyurl.com/mhac2s9v

[58] C. Fuchs, "Critical Theory of Communication: New Readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet." University of Westminster Press, 2016. https://tinyurl.com/yyfj2y6m

[59] H. Hardt, "Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America." Routledge, 2001. https://tinyurl.com/2fwvvex8

[60] M. Horkheimer and T. W. Adorno, "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception," in Dialectic of Enlightenment. Stanford University Press, 2002. https://tinyurl.com/3b-5dk5jw

[61] C. Fuchs, "Critical Theory of Communication: New Readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet." University of Westminster Press, 2016. https://tinyurl.com/yyfj2y6m

[62] D. Freedman, "The Contradictions of Media Power," Journal of Communication, vol. 64, no. 2, pp. 203–222, 2014. https://tinyurl.com/yc86vn4s

[63] C. Fuchs, "Critical Theory of Communication: New Readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet." University of Westminster Press, 2016. https://tinyurl.com/yyfj2y6m

[64] S. Jones, "Antonio Gramsci," Journal of Media and Cultural Studies, vol. 20, no. 3, pp. 343–351, 2006. https://tinyurl.com/2uswuavs

[65] N. Carpentier and B. Cammaerts, "Hegemony, Democracy, Agonism and Journalism: An Interview with Chantal

Mouffe," Journalism Studies, vol. 7, no. 6, pp. 964–975, 2007. https://tinyurl.com/fj8jv9n

[66] N. Carpentier, "The Discursive–Material Knot: Cyprus in Conflict and Community Media Participation," Journal of Language and Politics, vol. 15, no. 5, pp. 599–621, 2016. https://tinyurl.com/4bpfey42

[67] N. Carpentier and B. De Cleen, "Bringing Discourse Theory into Media Studies: The Applicability of Discourse-Theoretical Analysis (DTA) for the Study of Media Practices and Discourses," Journal of Language and Politics, vol. 6, no. 2, pp. 265–293, 2007. https://tinyurl.com/ycxdssm3

[68] T. J. J. Lears, "The Concept of Cultural Hegemony: Problems and Possibilities," The American Historical Review, vol. 90, no. 3, pp. 567–593, 1985. https://tinyurl.com/2zcs89xk

[69] J. Habermas, The Theory of Communicative Action, vol. 1: Reason and the Rationalization of Society. Boston: Beacon Press, 1984. https://tinyurl.com/ypmt8a6u

[70] M. Plot, "A Critique of Habermas's Contribution to Democratic Theory," International Journal of Communication, vol. 3, pp. 899–919, 2009. https://tinyurl.com/mr2ypumw

[71] J. G. Finlayson and F. Freyenhagen, "Habermas and Rawls: Disputing the Political," Philosophy & Social Criticism, vol. 37, no. 7, pp. 785–801, 2011. https://tinyurl.com/42mysd5d

[72] S. Chambers, "Deliberative Democratic Theory," Annual Review of Political Science, vol. 6, pp. 307–326, 2003. https://tinyurl.com/mr2y4vuf

[73] N. Fraser, "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy," Social Text, no. 25/26, pp. 56–80, 1990. https://tinyurl.com/yzdbty9d

[74] S. P. Borgatti, A. Mehra, D. J. Brass, and G. Labianca, "Network Analysis in the Social Sciences," Science, vol. 323, no. 5916, pp. 892–895, 2009. https://tinyurl.com/y7b8kx47

[75] D. J. Watts, "A Twenty-First Century Science," Nature, vol. 445, no. 7127, p. 489, 2007. https://tinyurl.com/37dnt2j5

[76] M. Granovetter, "The Strength of Weak Ties," American Journal of Sociology, vol. 78, no. 6, pp. 1360–1380, 1973. https://tinyurl.com/yytpptzy

[77] S. P. Borgatti and D. S. Halgin, "Analyzing Social Networks," SAGE Handbook of Social Network Analysis, vol. 1, pp. 1–29, 2011. https://tinyurl.com/5at3bmuk

[78] D. Lazer et al., "Computational Social Science," Science, vol. 323, no. 5915, pp. 721–723, 2009. https://tinyurl.com/ymh6j6wn

[79] J. Berger and K. L. Milkman, "What Makes Online Content Viral?" Journal of Marketing Research, vol. 49, no. 2, pp. 192–205, 2012. https://tinyurl.com/383ssk62

[80] R. Dawkins, The Selfish Gene. Oxford: Oxford University Press, 2017. https://tinyurl.com/2s4zy4mm

[81] S. Goel, A. Anderson, J. Hofman, and D. J. Watts, "The Structural Virality of Online Diffusion," Management Science, vol. 62, no. 1, pp. 180–196, 2015. https://tinyurl.com/2c9parbk

[82] L. Shifman, "Memes in Digital Culture." Cambridge, MA: MIT Press, 2014. https://tinyurl.com/3acs9399

[83] L. Shifman, "An Anatomy of a YouTube Meme," New Media & Society, vol. 14, no. 2, pp. 187–203, 2011. https://tinyurl.com/ywdr2ut9

[84] C. R. Sunstein, "The Law of Group Polarization," Journal of Political Philosophy, vol. 10, no. 2, pp. 175–195, 1999. https://tinyurl.com/2whwnzw4

[85] R. K. Garrett, "Echo Chambers Online?: Politically Motivated Selective Exposure among Internet News Users," Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 14, no. 2, pp. 265–285, 2009. https://tinyurl.com/366cp664

[86] E. Pariser, The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011. https://tinyurl.com/42n73a4f

[87] E. Bakshy, S. Messing, and L. A. Adamic, "Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook," Science, vol. 348, no. 6239, pp. 1130–1132, 2015. https://tinyurl.

com/y2ujh4ra

[88] T. Gillespie, "The Relevance of Algorithms," in Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society, T. Gillespie, P. J. Boczkowski, and K. A. Foot, Eds. Cambridge, MA: MIT Press, 2014, pp. 167–194. https://tinyurl.com/pkyeufvt

[89] E. Dubois and G. Blank, "The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media," Information, Communication & Society, vol. 21, no. 5, pp. 729–745, 2018. https://tinyurl.com/5n8wb72x

[90] B. G. Peters, "Governance and Comparative Politics," Journal of Comparative Policy Analysis, vol. 13, no. 1, pp. 63–75, 2011. https://tinyurl.com/mttvc8hh

[91] D. A. Graber and J. Dunaway, "Political Communication: The Executive Branch and Public Opinion," Political Communication, vol. 35, no. 1, pp. 1–10, 2018. https://tinyurl.com/mvkkf765

[92] P. Esaiasson and S. Holmberg, "Representation from Above: Members of Parliament and Representative Democracy," The Journal of Legislative Studies, vol. 2, no. 3, pp. 1–20, 2017. https://tinyurl.com/2zm27z3b

[93] J. L. Gibson and G. A. Caldeira, "The Legitimacy of the Court of Justice in the European Union: Models of Institution-

al Support," American Political Science Review, vol. 89, no. 2, pp. 356–376, 1995. https://tinyurl.com/3nm529ne

[94] G. Majone, "From the Positive to the Regulatory State: Causes and Consequences of Changes in the Mode of Governance," Journal of Public Policy, vol. 17, no. 2, pp. 139–167, 2008. https://tinyurl.com/3m89kwfj

[95] J. Zaller, "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence from the Gulf War," Political Communication, vol. 9, no. 1, pp. 1–21, 1992. https://tinyurl.com/4bus2msf

[96] F. R. Baumgartner and B. L. Leech, "Interest Niches and Policy Bandwagons: Patterns of Interest Group Involvement in National Politics," Journal of Politics, vol. 63, no. 4, pp. 1191–1213, 2001. https://tinyurl.com/3eyeuyzf

[97] R. Hyman, "Trade Unions and the Politics of the European Social Model," Economic and Industrial Democracy, vol. 26, no. 1, pp. 9–40, 2005. https://tinyurl.com/mtxrafy8

[98] R. S. Katz and P. Mair, "Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party," Party Politics, vol. 1, no. 1, pp. 5–28, 1995. https://tinyurl.com/7ct2as6w

[99] R. D. Putnam, "Bowling Alone: America's Declining Social Capital," Journal of Democracy, vol. 6, no. 1, pp. 65–78, 2015. https://tinyurl.com/2bsh9ze7

[100] P. Dahlgren, "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation," Political Communication, vol. 22, no. 2, pp. 147–162, 2005. https://tinyurl.com/bdt455ca

[101] M. E. Keck and K. Sikkink, "Transnational Advocacy Networks in International Politics: Introduction," International Organization, vol. 51, no. 4, pp. 887–917, 1999. https://tinyurl.com/53wawa48

[102] I. S. Kim and H. V. Milner, "Multinational Corporations and Their Influence through Lobbying on Foreign Policy," International Organization, vol. 66, no. 2, pp. 323–353, 2019. https://tinyurl.com/m4s6zub3

[103] P. Chilton, Analysing Political Discourse: Theory and Practice. London: Routledge, 2004. https://tinyurl.com/3d5km4p3

[104] N. Fairclough, "Political Discourse in the Media: An Analytical Framework," Discourse & Society, vol. 6, no. 2, pp. 203–223, 1995. https://tinyurl.com/5pbrkje6

[105] M. McCombs, Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2004. https://tinyurl.com/2vb6svr5

[106] D. C. Hallin and P. Mancini, Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge

University Press, 2004. https://tinyurl.com/5xpu93uk

[107] A. M. Kaplan and M. Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," Business Horizons, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, 2010. https://tinyurl.com/2kue29mx

[108] G. S. Enli and E. Skogerbø, "Personalized Campaigns in Party-Centred Politics: Twitter and Facebook as Arenas for Political Communication," Information, Communication & Society, vol. 16, no. 5, pp. 757–774, 2013. https://tinyurl.com/n4xpesaf

[109] H. Allcott and M. Gentzkow, "Social Media and Fake News in the 2016 Election," Journal of Economic Perspectives, vol. 31, no. 2, pp. 211–236, 2017. https://tinyurl.com/yun5279m

[110] P. Norris, A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. https://tinyurl.com/56fz5688

[111] L. L. Kaid and C. Holtz-Bacha, Eds., The SAGE Handbook of Political Advertising. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2006. https://tinyurl.com/f8epayrd

[112] C. Opitz, "Engaging with Public Opinion at the Micro-Level: Citizen Preferences and Policy Feedback," Foreign Policy Analysis, vol. 18, no. 1, 2022. https://tinyurl.com/5n-7vhx9n

[113] T. Stojčevski, "Understanding Public Opinion Formation in Southeast Europe: Exploring Social Forces and Communication," Online Journal of Communication and Media Technologies, vol. 14, no. 1, 2024. https://tinyurl.com/432jf48k

[114] J. Jerit, J. Barabas, and T. Bolsen, "Citizens, Knowledge, and the Information Environment," American Journal of Political Science, vol. 50, no. 2, pp. 266–282, 2006. https://tinyurl.com/272asnkk

[115] A. Hess, "Rethinking Public Opinion Studies in the Digital Era," International Journal of Public Opinion Research, vol. 38, no. 1, 2026. https://tinyurl.com/dvsjfchy

[116] C. R. Sunstein, Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017. https://tinyurl.com/mrx59xxp

[117] R. M. Groves et al., Survey Methodology, 2nd ed. Hoboken, NJ: Wiley, 2009. https://tinyurl.com/4d3njz86

[118] G. Szolnoki and D. Hoffmann, "Online, Face-to-Face and Telephone Surveys—Comparing Different Sampling Methods in Wine Consumer Research," Wine Economics and Policy, vol. 2, no. 2, pp. 57–66, 2013. https://tinyurl.com/bdh8tp28

[119] M. Callegaro et al., Eds., Online Panel Research: A Data Quality Perspective. Chichester: Wiley, 2014. https://tinyurl.com/2tm3y2am

[120] C. Marsh, "Back on the Bandwagon: The Effect of Opinion Polls on Public Opinion," British Journal of Political Science, vol. 15, no. 1, pp. 51–74, 2010. https://tinyurl.com/mryc6fay

[121] R. M. Perloff, The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century, 5th ed. New York: Routledge, 2007. https://tinyurl.com/2wn5uu2m

[122] D. Chong and J. N. Druckman, "Framing Theory," Annual Review of Political Science, vol. 10, pp. 103–126, 2007. https://tinyurl.com/4cpe7hum

[123] J. A. Tucker et al., "Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature," Political Science Quarterly, vol. 133, no. 4, pp. 707–731, 2018. https://tinyurl.com/9vcju383

[124] M. McCombs, Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2004. https://tinyurl.com/2vb6svr5

[125] G. S. Jowett and V. O'Donnell, Propaganda and Persuasion, 6th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019. https://tinyurl.com/bsdv4yd

[126] T. Theiler, "Political Symbolism," in The SAGE Encyclopedia of Political Behavior, F. M. Moghaddam, Ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2017. https://tinyurl.com/4dws-

racu

[127] J. Street, Politics and Popular Culture, 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2011. https://tinyurl.com/3tx6u85f

[128] M. Castells, Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009. https://tinyurl.com/emh2w22t

[129] Z. Tufekci, "Engineering the Public: Big Data, Surveillance and Computational Politics," First Monday, vol. 19, no. 7, 2014. https://tinyurl.com/5dcurdfk

[130] R. Kitchin, "Thinking Critically about and Researching Algorithms," Information, Communication & Society, vol. 20, no. 1, pp. 14–29, 2017. https://tinyurl.com/h8p323sz

[131] D. Kreiss, Prototype Politics: Technology-Intensive Campaigning and the Data of Democracy. Oxford: Oxford University Press, 2016. https://tinyurl.com/2h8mdbfr

[132] S. C. Matz et al., "Psychological Targeting as an Effective Approach to Digital Mass Persuasion," Proceedings of the National Academy of Sciences, vol. 114, no. 48, pp. 12714–12719, 2017. https://tinyurl.com/4att47nd

[133] W. T. Coombs, Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2015. https://tinyurl.com/mw8dzye9

[134] A. Boin et al., The Politics of Crisis Management: Public Leadership under Pressure, 2nd ed. Cambridge: Cambridge

University Press, 2017. https://tinyurl.com/msk7j3vw

[135] R. L. Heath and H. D. O'Hair, Eds., Handbook of Risk and Crisis Communication. New York: Routledge, 2020. https://tinyurl.com/48wvuhzj

[136] W. T. Coombs and S. J. Holladay, The Handbook of Crisis Communication. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2010. https://tinyurl.com/mr334m4e

[137] D. P. Carpenter, Reputation and Power: Organizational Image and Pharmaceutical Regulation at the FDA. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2010. https://tinyurl.com/5n7e33bd

[138] I. Manor, The Digitalization of Public Diplomacy. Cham: Palgrave Macmillan, 2019. https://tinyurl.com/bdcp593x

[139] J. Szostek, "The War of Words: Media Coverage of the Russia–Ukraine War and Competing Narratives," Journalism, vol. 24, no. 9, 2023. https://tinyurl.com/7ru53hsw

[140] J. Melissen, Ed., The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. London: Palgrave Macmillan, 2011. https://tinyurl.com/3s8xndpc

[141] Y. Huang, "Vaccine Diplomacy Is Paying Off for China," Foreign Affairs, vol. 100, no. 2, pp. 32–38, 2021. https://tinyurl.com/4x57z9uf

[142] P. N. Howard and B. Kollanyi, "Bots, StrongerIn, and

Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum," Oxford Internet Institute, University of Oxford, 2016. https://tinyurl.com/2bfk7ase

[143] M. E. Keck and K. Sikkink, Activists beyond Borders: Advocacy Networks in International Politics, updated ed. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2014. https://tinyurl.com/2swyu2p6

[144] C. Duncombe, "Digital Diplomacy: Emotion and Identity in the Public Realm," Global Affairs, vol. 5, no. 3, pp. 221–233, 2019. https://tinyurl.com/2kbha2w5

[145] I. Manor, The Digitalization of Public Diplomacy. Cham: Palgrave Macmillan, 2019. https://tinyurl.com/bdcp593x

[146] K. Hallahan et al., "Defining Strategic Communication," International Journal of Strategic Communication, vol. 1, no. 1, pp. 3–35, 2007. https://tinyurl.com/ynxf6kxa

[147] J. S. Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics, updated ed. New York: PublicAffairs, 2013. https://tinyurl.com/zeku4sem

[148] C. G. Christians et al., Media Ethics: Cases and Moral Reasoning, 10th ed. New York: Routledge, 2020. https://tinyurl.com/4hx7p9bs

[149] S. J. A. Ward, Ethics and the Media: An Introduction. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. https://tinyurl.

com/5x886v45

[150] L. Floridi, The Ethics of Information. Oxford: Oxford University Press, 2013. https://tinyurl.com/5n6b3ds7

[151] J. Waldron, The Harm in Hate Speech. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2012. https://tinyurl.com/2uy6k7ps

[152] S. Lewandowsky, U. K. H. Ecker, and J. Cook, "Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the 'Post-Truth' Era," Journal of Applied Research in Memory and Cognition, vol. 6, no. 4, pp. 353–369, 2017. https://tinyurl.com/ufh9wttp

[153] M. Cinelli et al., "The Echo Chamber Effect on Social Media," Proceedings of the National Academy of Sciences, vol. 118, no. 9, 2021. https://tinyurl.com/3thyeuu6

[154] S. Grimmelikhuijsen, A. Meijer, and A. J. Meijer, "Effects of Transparency on the Perceived Trustworthiness of a Government Organization: Evidence from an Online Experiment," Journal of Public Administration Research and Theory, vol. 24, no. 1, pp. 137–157, 2014. https://tinyurl.com/5t44xpun

[155] M. Bovens, "Analysing and Assessing Accountability: A Conceptual Framework," European Law Journal, vol. 13, no. 4, pp. 447–468, 2007. https://tinyurl.com/fkrxfpjc

[156] S. J. A. Ward, Disrupting Journalism Ethics: Radical Change on the Frontier of Digital Media. London: Routledge,

2018. https://tinyurl.com/3ftzxpve

[157] L. Floridi, Ed., The Routledge Handbook of the Philosophy of Information. London: Routledge, 2016. https://tinyurl.com/4hhxb87t

تمت ترجمة المراجع باستخدام موقع ديبل وقوقل للترجمة