

العنوان:	التواصل السياسي
المصدر:	مجلة المنبر القانوني
الناشر:	إدريس كركين
المؤلف الرئيسي:	السنانى، هلال
المجلد/العدد:	ع9
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2015
الشهر:	أكتوبر
الصفحات:	187 - 204
رقم MD:	815637
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	IslamicInfo
مواضيع:	التواصل السياسي، الفكر السياسي، الممارسات المجتمعية، المشاركة السياسية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/815637

التواصل السياسي

الأستاذ هلال السناني
باحث بكلية الحقوق - وجدة

تطمح هذه الدراسة إلى إلقاء بعض الضوء على التواصل السياسي بصفة خاصة. وغني عن البيان أن أشكال وأنماط وأنساق تبادل الرسائل شديدة التنوع والاختلاف والتباين، بدء من التواصل اللفظي وصولاً إلى التواصل السلبي واللاسلكي، مروراً بجميع أشكال تبادل العلامات والأدلة اللفظية وغير اللفظية. وعلاوة على ذلك، يوجد التواصل في كل مكان وبين جميع الكائنات الحية، وتستعمل فيه أدوات ووسائل وشفرات متعددة، ويستعمل في جميع الممارسات المجتمعية مهما كان المستوى المجتمعي الذي تنتمي إليه: المستوى الاقتصادي، المستوى السياسي، المستوى الإيديولوجي. وبهذا سنحاول البحث عن الجذور التاريخية، وعن العلاقة التي تربط بين السياسة وعلوم التواصل.

المحور الأول: نشأة التواصل السياسي

يعتبر التواصل السياسي ظاهرة إنسانية واجتماعية وعملية يتفاعل فيها طرفان (مرسل ومستقبل)، ولقد ارتبط منذ القدم بنشأة المجتمعات بصفة عامة، إلا أن الاهتمام بالتواصل السياسي تنظيراً وممارسة لم يبدأ إلا حديثاً.

ولقد ارتبطت المعرفة السياسية منذ الفكر اليوناني القديم بالاعتبارات الفلسفية والأخلاقية السائدة فأرسطو نظر إلى الإنسان ككائن سياسي بطبعه يحكمه قانون أسمى، والدولة من وجهة نظره: «شركة بين قوم يعيشون معا لتحقيق أفضل حياة ممكنة»¹، وفق قانون التكامل بين أفراد المجتمع.

ومن المواضيع التي تناولها الفكر السياسي لهذه المرحلة: التركيز على رأس الهرم السياسي، وهيمنة المنهجية الوصفية والانطباعية في تحليل المواضيع السياسية وسيادة التنظير الفلسفي فيها، مع غياب شبه تام لدراسة التواصل السياسي بين الدولة وأفراد المجتمع.

1. سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، منشورات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ط1، الرياض، 2006، ص.37.

واستمر نفس التحليل ونفس المنهجية المتبعة في الدراسة حتى مع بروز مفكرين سياسيين واجتماعيين مرموقين كهوبز ولوك، وروسو ومكيافيلي الذي درس المجال السياسي بمعزل عن الدين والأخلاق، واهتم بالحاكم وطرق تقويته على حساب المحكومين.

ومع بروز عصر النهضة بدأ بعض المفكرين في طرح أفكار جديدة تعبر عن التحولات السياسية والاجتماعية والمعرفية الجديدة في أوروبا في ارتباطها بالتواصل السياسي، إلا أن أول من أعطى دفعة قوية لهذا العلم هو جون ميلتون صاحب النظرية الليبرالية في القرن السادس عشر الميلادي من خلال تأكيده على الحرية في التعبير والتواصل والمشاركة السياسية، ورفض منطق احتكار السلطة والإيمان التام بالديمقراطية، وهذه «الأفكار هي التي عمل كانط وهيجل وماركس وغيرهم في تعقيدها، والذين ساهموا في وضع أسس الديمقراطية الحديثة»²، في عصر ما بعد الثورة الصناعية.

وقد تميز هذا العصر ببروز مجموعة من المفاهيم التي تتدرج في صميم التواصل السياسي بفعل التأثير بمفهوم الديمقراطية من جهة كالرأي العام وجماعات الضغط والانتخابات والأحزاب السياسية والنخب وغيرها.

وتأثر علم السياسة بكل العلوم الاجتماعية الناشئة كعلم الاجتماع وعلم النفس، إلا أن سنة 1956م سجلت محاولة التنظير الفعلية لما يسمى بالاتصال السياسي من خلال دراسة العلاقة بين الأنظمة في التأثير على سلوك الناخبين، وتحديد دور الجماعات النشيطة العامة في المجتمع.

ومع التغييرات العالمية الحالية، وزحف العولمة وتحول العالم إلى قرية صغيرة حسب ما تنبأ به مالكوفان في خمسينيات القرن الماضي، تزايدت الحاجة إلى التواصل السياسي والاهتمام بدراسة العلاقة بين الفرد والسياسة ومكونات المجتمع وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى، فلم تعد السياسة: «حكرا على من يمارسون العمل السياسي فحسب، فالسياسة أصبحت سلوكا يقوم به أفراد المجتمع العاديين كما يقوم به القائم على السلطة السياسية، إلى الحد الذي دفع البعض إلى تسمية هذا العصر بعصر السياسة والتسييس»³.

ومن الأمثلة التي تعبر عن دور التواصل السياسي والخبراء في فوز السياسيين في عصرنا الحالي ذكر فليب ماريك:

2. نفس المرجع السابق، ص. 39.

3. محمد بن عبد العزيز آل سعود: علاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية: منشورات كلية الدعوة والإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ط1، الرياض، 2002، ص. 75.

♦ « فوز الرئيس السابق للولايات المتحدة الأمريكية جون كنيدي كمرشح عن الحزب الديمقراطي سنة 1960، على خصمه الجمهوري ريتشارد نيكسون بفضل طريقته في التواصل، بعدما لعبت وقتها الصورة والتلفزيون دورا هاما في نجاحه في المقابلة التلفزيونية التي جرت بينهما، رغم أن خطابه كان سطحيا مقارنة بمنافسه الذي كانت خطبه وازنة من الناحية السياسية.

♦ فشل فرنسوا ميتران في الانتخابات الفرنسية لمرتين، وفي المرة الثالثة استعان بخبراء التواصل الذين نصحوه بتعديل أنيابه ليبدو وديعا بعدما كان يبدو عدوانيا للمشاهدين، كما عدل من خطابه ليصبح بسيطا يصل إلى الجميع بعد أن كان أكاديميا»⁴.

وهذا السبب هو الذي دعا مجموعة من المعاهد والجامعات الغربية إلى الاعتراف بالتواصل السياسي كحقل تعليمي، وميدان مستقل عن باقي الأبحاث، فقد اتضح أن نتائجه: «نافعة وكثيرا ما تجري الاستفادة العملية من أبحاث الاتصال السياسي لا سيما في مجالات التحليل الخطابية، والدعاية، ودراسات الإقناع»⁵، ولكن كيف وصل هذا التزاوج بين التواصل والسياسة إلى هذا الحد؟

المحور الثاني: العلاقة بين التواصل والسياسة

قد يبدو أنه من المستحيل تصور العملية السياسية بدون عملية تواصلية، ولذلك يمكن القول بأن العلاقة بينهما جدلية دياكتيكية، تختلف دائرة التأثير بينهما باختلاف الأنظمة السياسية السائدة في بلد ما، « فالنظامان - أي التواصل والسياسة - كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية، بشكل خاص أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي»⁶.

ومن ذلك تبرز لعبة الاستحواذ على السلطة للاستحواذ على وسائل الإعلام والاتصال واضحة في هذه البلدان وذلك للدعاية وتجميل صورة النظام السياسي أمام الجمهور. ففي الدول العربية مثلا: «تتجه السياسات الاتصالية كلها إلى دعم سلطة النظام القائمة وتوجهاته في المجالات المختلفة وخدمة مصالحه الحقيقية والمتصورة، على النحو الذي يخدم تماسك النظام وديمومته، مما نجم عنه أن اصطبغ مضمون الاتصال في معظم أشكاله في بعض الأقطار بالصبغة الدعائية

4. Philippe Maarek: le message télévisé, Mots n° 20, septembre 1989, P. 24.

5. أحمد بن راشد بن سعيد قوة الوصف، سلسلة عالم الفكر، مجلد 32، يوليو-سنتبر، 2003، ص. 212.

6. كمال الدين جعفر عباس الاتصال السياسي، سلسلة في البعد الفكري 1، منشورات المكتب الإسلامي، ط1، دمشق، 2004، ص. 41.

المباشرة، التي تعزز مصالح النظام وأهدافه، وتعزز المصالح القطرية، وتغرس الولاء لها في عقول الجماهير»⁷.

وعلى النقيض من ذلك نجد وسائل الإعلام والاتصال في الدول الديمقراطية هي التي تمارس ضغطها على النظام السياسي وخاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون الداخلية لهذه الدولة، أما عندما يتعلق الأمر بالسياسات الخارجية خاصة علاقة الغرب بالقضية الفلسطينية أو بعلاقتها بالدول الإسلامية فإن هذه الأنظمة تمارس ضغطها على وسائل الاتصال من حيث وظائفه ومضمونه وحجمه، بكونه سلاحاً في يد صانع السياسة الخارجية لهذه الدول»⁸.

ولذلك تؤكد عواطف عبد الرحمان على أن هناك شبه إجماع بين أستاذة الإعلام باختلاف توجهاتهم، على أنه ليس هناك إيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الإعلام بل هناك إيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة وتحدد موقف الدولة من الإعلام وأدواره ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة لتحقيق التوازن ودعم وحماية قيم ومصالح وأهداف القوة الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإنتاج الأساس في المجتمع»⁹.

وينظر المصالحة محمد حمدان في كتابه: «الاتصال السياسي، مقرب نظري تطبيقي» للعلاقة ما بين التواصل والسياسة من زاويتين:

- ♦ «إن وسائل الاتصال أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية، استناداً إلى المقولة الديمقراطية الشهيرة أن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة.
- ♦ إن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الاتصال لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية»¹⁰.

ومن كل ما سبق يمكننا أن نستنتج أن العلاقة بين التواصل والسياسة وثيقة ومتداخلة جداً، إلى درجة لا يمكن أن نعزل فيها العملية السياسية عن الأنشطة الاتصالية المختلفة المشارب اللازمة لقيامها. ويتضح التأثير على مستويين:

- ♦ فردي: وخاصة ما اتصل بالقيم والسلوك والاقتناع أو التبعة.
- ♦ جماعي: من خلال التكامل السياسي أو التفكك الاجتماعي.

7. راسم محمد الجمال الاتصال والإعلام في الوطن العربي، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 1991، ص. 52-53.

8. كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، ص. 44.

9. عواطف عبد الرحمان. الصحافة المصرية المعاصرة، أعمال المؤتمر السنوي الأول للبحوث السياسية، مكتبة النهضة المصرية، ط1، القاهرة، 1988، ص. 525.

10. المصالحة محمد حمدان الاتصال السياسي، مقرب نظري تطبيقي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002، ص. 55.

كما أن هذا التأثير لا يمكن أن يتحقق إلا بشروط أهمها ما يسميه جعفر عباس بالبعد الفكري واستحضار الفكرة، أما إذا افقدنا هذا البعد في كلتا العمليتين فإن النشاط الإنساني يصاب «بالاضطراب والعمى والضلال عن الوجهة القاصدة»¹¹.

فماذا الآن عن أنواع التواصل السياسي؟

المحور الرابع: أنواع التواصل السياسي

تعددت تقسيمات التواصل السياسي حسب مجموعة من المحددات من بينها عدد المساهمين في عملية التواصل هذه، وحسب مستوى انتقال الخطاب، ونوعية القنوات، وهي نفس تقسيمات التواصل بصفة عامة، وهذا التقسيم هو في الحقيقة تقسيم للدراسة الإجرائية فقط، فالتواصل أقوى وأصعب وأعد من أن يتم تفكيكه بشكل مبسط:

1 - أنواع التواصل السياسي حسب عدد المشاركين:

يمكن تقسيم هذا النوع من التواصل إلى أربع:

أ - التواصل البين - شخصي

وهو أدنى مستويات التواصل، إذ يقصد بها تواصل الفرد مع نفسه؛ أو يسمى بالمونولوج حسب المجال المسرحي، وهو تواصل حقيقي يمكن له أن يساهم في البناء المعرفي والإدراكي والشعوري للشخص.

وفي مجال السياسة يتيح هذا التواصل للفرد إمكانيات اتخاذ قراراته السياسية، كالتصويت مثلا بناء على المعلومات والأحاسيس والتأثيرات التي يتلقاها من الخارج، وعلى مدى تأثيره بالزخم الإدراكي والتجارب السابقة عن الأشخاص والرموز والأحداث والأفكار من حوله، كما أن وسائل الإعلام والتواصل تلعب دورا هاما في التوعية والتثقيف السياسيين من خلال تلقين «الأفراد السلوك المرئي والسمعي وكيفية استجابتهم وتفاعلهم مع ما يدور حولهم من أحداث وقضايا، وهذه المعلومات المعروفة لديهم يزداد تعبيرهم عنها عند الأزمات»¹².

11. كمال الدين جعفر عباس. الاتصال السياسي:، ص. 46.

12. عبد العزيز آل سعود. الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي:، ص. 47.

ب . التواصل الشخصي (La communication interpersonnelle)

يتيح هذا النوع من التواصل إمكانية التواصل والتفاعل بين شخصين ، أحدهما مرسل والآخر مستقبل . ويمكن أن نميز في هذا التواصل في المجال السياسي بين :

- ♦ التواصل الشخصي المباشر الرسمي: وعادة ما تكون الدوائر الرسمية أو الحكومية هي المرسل ، والرسالة أو الخطاب مباشر وموجه ومقصود هدفه الإقناع والتأثير في المتلقي .
- ♦ التواصل الشخصي الفردي : ويتمثل في تواصل الأفراد العاديين فيما بينهم في الحياة اليومية ، ويشمل التعاملات بين الفاعلين السياسيين وجمهورهم مثلا مباشرة وجها لوجه وهذا ما يوظفه المرشحون للانتخابات الأمريكية الذين ورغم استخدامهم لوسائل الإعلام : «إلا أنهم لتدعيم حملتهم يقومون بزيارات شخصية إلى المجمعات السكنية ، وأحيانا يقومون بزيارة الناس في منازلهم ويتحدثون معهم . وكثيرا ما يلجأ الناس إلى الاتصال المباشر بدلا من الاتصال الرسمي ، حيث يزورون الفعاليات السياسية والإدارية لإنهاء حوائجهم»¹³ .

ج . التواصل الجماعي (La communication Groupale)

وهو تواصل يتميز بالتفاعل بين فاعلية وارتفاع درجة الوعي والتأثير والتأثر ، ومن نماذجه في المجال السياسي: تواصل المرشحين السياسيين مع الدوائر الانتخابية وخطب أدولف هتلر الدعائية الشهيرة أمام الحشود ، يقول عبد العزيز آل سعود بخصوص هذا التواصل: « يمتلك هذا النوع من الاتصال بعض خصائص الاتصال الجماهيري بقلة عدد المتلقين للرسالة ، فقد يكون شخصا واحدا ، وتكون الرسالة ذات طابع خاص ، والمشاركون فيها عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبطة باتصال شخصي ، وهذا الاتصال قد يكون محكم البناء»¹⁴ .

ويشارك هذا النوع من التواصل الجماهيري في بعض خصائصه: « من حيث عدم تجانس أفراد الجمهور وإمكانية التواصل بينهما عن بعد ، إضافة إلى أن بإمكانهم استقبال نفس الرسالة في أماكن متعددة ، وقد يكون المتصل شخصا عاديا أو عاملا في مؤسسة أو مسؤولا سياسيا ، إلا أنه يستخدم قنوات اتصالية قد تكون مكلفة ماديا مثل: الهاتف أو الأفلام من خلال الدوائر التلفزيونية المغلقة ، والانترنت ، وغيرها .»¹⁵

13 . حبيب راكان وآخرون مقدمة في وسائل الاتصال:، مكتبة دار زهران ، ط1 ، الرياض ، 2001 ، ص . 69 .

14 . الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي:، ص . 51 .

15 . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: عبد الحميد محمد ، عالم الكتب ، ط1 ، القاهرة ، 2000 ، ص . 35 .

د - التواصل الجماهيري (La communication de masse)

وهو التواصل الذي يتم عبر قنوات وسائل الإعلام وشبكات الانترنت، وتكمن قوته في قدرته على إيصال الرسائل والخطابات في آن واحد لجمهور واسع، غير معروف، مشتت ومتباين، ورغم ما يمكن أن يبدو وكأن هذا التواصل هو اتصال خطي في اتجاه واحد حيث تنعدم التغذية الراجعة (feedback)، فإن التطور التكنولوجي ألزم على هذه الوسائل تعديل طرقها في توصيل الرسائل حيث برز ما يسمى بالتواصل التفاعلي (la communication interactive)، وذلك ضمنا لمشاركة أكثر وتأثير أقوى وهو ما يمكننا أن نضرب له أمثلة من خلال: مواقع الانترنت الخاصة بالأحزاب وظواهر المدونات ومواقع أفلام الفيديو المشتركة كموقع يوتيوب (youtube) و (facebook) وغيرها، وهي النقلة النوعية التي جعلتنا نوظف مصطلح التواصل وليس الاتصال في هذه الدراسة.

ويمثل هذا النوع التواصل الأهم بالنسبة للسياسي لأنه: «أصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الإعلام الجماهيري في إدارة الحملات الانتخابية والوصول مباشرة إلى الجمهور المستهدف»¹⁶، هذا بالإضافة إلى قدرتها على نشر المعلومات والأخبار والأحداث السياسية زمن وقوعها.

غير أنه يجب أن نقر بأن التواصل الجماهيري لا يمكن أن يكون بديلا عن باقي أنواع التواصل الأخرى بالنسبة للفاعل السياسي، إذ أن المطلوب منه هو أن يعمل على توظيفها مجتمعة وفق مقارنة تكاملية مندمجة.

2 - أنواع التواصل حسب مستوى انتقال الرسالة والخطاب:

ويشمل نوعين هما التواصل العمودي والأفقي:

أ - التواصل العمودي (La communication verticale)

ونميز فيه هو الآخر بين نوعين هما:

1 - التواصل التصاعدي:

وهو انتقال الرسالة من الأسفل إلى الأعلى حسب طبيعة الشبكة الاجتماعية، وسياسيا يستخدم هذا النوع من التواصل في التعرف على ردود الأفعال تجاه خطابات سياسية أو انتخابية معينة، والتعرف كذلك على اتجاهات الرأي العام.

16. الاتصال السياسي ووسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: عبد العزيز آل سعود، ص. 52.

ومن نماذجه نجد: الشكاوى، والتقارير، واللقاءات المفتوحة مع الجماهير، والندوات، والمؤتمرات والزيارات الميدانية ومدونات شبكة الانترنت ووسائل القراءة ومقالات الرأي في الصحافة المكتوبة.

2 - التواصل التنازلي:

وهو الأكثر شيوعاً على اعتبار انتقال الرسائل والخطابات من الرأس إلى القاعدة، ومن نماذجه في مجال الحقل السياسي: نقل القرارات الرسمية والتوجيهات والأخبار والمعلومات من الفاعلين السياسيين إلى مرؤوسيهـم على سبيل التنفيذ والتعميم وفق قاعدة التراتب السياسي والإداري.

وتكمن أهمية هذا النوع من التواصل في خدمته للسلطة السياسية فهي: «تساهم في دعم وتشكيل وتكوين الإدراك السياسي في المجتمع والتعريف بالقرارات والترويج للآراء والأفكار السياسية لدى الجمهور»¹⁷.

ب - التواصل الأفقي (La communication horizontale)

وهو تواصل بين نفس المستوى والرتبة والدرجة السياسية، ويهدف إلى التعاون والتنسيق وتبادل الأخبار والأفكار ووجهات النظر والخبرات بين فاعلين من المستوى نفسه أفراداً كانوا أو جماعات، ومن نماذجه: اللقاءات الميدانية وتبادل الزيارات والاجتماعات والورشات ولجينات العمل وغيرها.

أما عبد الرحيم العماري فإنه يقسم التواصل حسب القفزة النوعية التي حققتها نظريات وعلوم التواصل من خلال تجاوز مرحلة إلى أخرى وفق الترسمة التالية:¹⁸

— مرحلة التواصل التقليدي ← التواصل الإشهاري = الدعاية لمنتوج.

— مرحلة التواصل الجديد ← التواصل المؤسساتي = الدعاية للشركة التي تنتجه.

وبقدر تنوع تقسيمات التواصل السياسي ومستوياته بقدر ما تتعدد وظائفه بشكل كبير، وهذا ما سنتعرض له في العنصر الموالي.

17. الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: عبد العزيز آل سعود، ص. 54.

18. نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر: عبد الرحيم العماري، منشورات زاوية للفن والثقافة، مطبعة دار القرويين، ط 1، الدار البيضاء،

2005، ص. 80.

3 - وظائف التواصل السياسي:

التواصل السياسي خطاب يتغير في البنية والسيرورة، مع تغير المؤسسة أو الأشخاص الفاعلين أو الرمزيين الذي يسانداهم أو يعارضهم، وتبعاً لذلك تتنوع وظائفه التي حددتها غريبر في¹⁹:

أ - نشر المعلومات (Information dissemination)

وهي من أبرز وأهم وظائف التواصل بصفة عامة، والتواصل السياسي بصفة خاصة فمن خلالها يعبر الفاعل السياسي عن طبيعة وخصائص الخطاب الذي ينهجه، وقد يشير إلى ذلك تصريحاً أو بشكل ضمني، وعلى المتلقي في هذه الحالة أن يحاول التوصل إلى المقاصد وقراءة ما بين السطور.

ب - ترتيب الأولويات (Setting- agenda)

وهي قدرة الفاعل السياسي على تمييز الاهتمام الشعبي بالقضايا والتأثير فيما يفكر فيه الناس بطريقتين:

- ♦ إما أن يضفي الأهمية للشيء عن طريق الاهتمام بهذا الموضوع أو الشخص كثيراً.
- ♦ وإما أن يتحكم في عملية انتشار المعلومات.

ومن العبارات التي يوظفها السياسيون في هذا الإطار قوله: دعوا السفينة تجري، القافلة تسير والكلاب تنبح، نحن نراهن على التغيير، وضع النقاط على الحروف وغيرها، وهي عبارات تندرج عموماً في إطار ما يسمى بلغة الخشب حيث لا معلومة تفيد ولا موقف يسجل ولا فعل إجرائي يوضح.

ج - التفسير والربط (Linkage and interpretation)

وذلك عندما يجذب السياسي الشعب في قضايا معينة ويفسرها ويربطها في وصلات اشهارية لتشديد بما سيفعل، ومن أوجهها توظيف النصوص الدينية أو الأقوال المأثورة أو الأحداث التاريخية لتبرير أفعال ومبادرات سياسية.

19. D.A. Graber, Political language and politics, in D. Nimmo and K.Sanders (ed), Handbook of political communication, Beverly Hills, 1981, p. 195.

د. تصور المستقبل والماضي (Past and projection to futur)

يستعرض من خلالها الفاعل السياسي شؤون الماضي والمستقبل، وذلك باستحضار الماضي بأمجاده أو تعثراته لاستشراف المستقبل وزرع الأمل والتفاؤل في النفوس.

هـ. الحث على العمل (Action stimulation)

تتميز هذه الوظيفة بتعبئة المجتمع ودفعه إلى العمل والتغيير عن طريق المناشآت والكلمات المؤثرة التي تعتمد على توظيف الأحاسيس والانفعالات والمقدسات، كما يمكن أن نتحدث أيضا في هذا الإطار عن الوعود السياسية، والإشاعات والإشهار السياسي الكاذب، ففي بعض الأحيان: «تنوب الكلمات عن الأفعال كأن يشجب السياسي أو يمدح، أو يعد بالمساعدة، أو يهدد بالانتقام... وتقوم الكلمات مقام الأفعال عندما توصل إشباعا رمزيا إلى الجمهور»²⁰.

أما عبد العزيز آل سعود فيميز بين تسع وظائف للتواصل السياسي حددها في²¹:

- ◆ التنشئة السياسية.
- ◆ التسويق السياسي.
- ◆ التأثير في اتجاهات الرأي العام.
- ◆ الرقابة على الحكومة.
- ◆ المساعدة في صنع القرارات.
- ◆ دعم مشروعية النظام السياسي.
- ◆ تأكيد الشعور بالهوية الوطنية.
- ◆ إدارة الصراعات السياسية.

غير أننا نعتقد بأن بعض الوظائف التي حددها تتجاوز حدود السلطة مجال التواصل السياسي كفعل الرقابة على الحكومة وإدارة الصراعات السياسية والمساعدة في صنع القرارات لارتباطها بدوائر الفعل السياسي الإجرائية، كما ذكر وظائف مرتبطة أساسا بمؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة والأسرة، في حين يبدو أن التسويق السياسي - كما سوف نتعرف لاحقا - كتقنية أو توجه جديد داخل سيرورة التواصل السياسي الذي يعتبر محتضنه الشرعي. هذا الخلط في

20. قوة الوصف: أحمد بن راشد بن سعيد، ضمن سلسلة عالم الفكر، عدد 1، المجلد 32، 2003، ص. 221 - وقد ذكر خصائص غريب الخمسة أيضا.

21. الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: عبد العزيز آل سعود، ص. 65 - 85.

الوظائف يستدعي الحديث عن خصائص خطاب التواصل السياسي، وما الذي يجعله متميزا عن باقي الخطابات، وهذا ما سنتطرق له في العنصر الموالي.

4 - خصائص خطاب التواصل السياسي:

خطاب التواصل السياسي ليس كباقي خطابات التواصل الأخرى، فلغته لغة تواصلية بالدرجة الأولى، وقراءتها تحتاج لتمعن وتدبر كبيرين لاستكناه ما يخفيه منتج الخطاب، فهو كما يقول عيسى عودة برهومة: «موضوعه الفائدة أو الخسارة، ووظيفة هذا النص الحض أو التحذير، وانفعاله الخوف أو الأمل، وزمن هذا النص المستقبل... ويحتوي جدلية الظاهر/الباطن والدلالة/المغزى... وهي جدلية ثنائية تحتل مكنون الخطاب السياسي»²². فماذا عن خصائصه يا ترى؟

حددت الباحثة غريير أربع خصائص رئيسية تميز الخطاب السياسي وتجعله مؤثرا ومقنعا للآخر، وهي تتعلق بأربعة محاور:

- ♦ مضمون الخطاب: وهو خطاب عام يتعامل مع قضايا الجمهور واشتغاله.
- ♦ مصدر الخطاب: وهم صانعوا السياسة والمؤثرة في الأحداث لقبهم وتحكمهم في وسائل الإعلام والتواصل.
- ♦ وسائل انتشاره: وهي وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمكتوبة، وما يتيحها الانترنت السياسي حاليا من: «تجزئ الخطاب السياسي إلى مجموعة تيمية أو بشرية محددة تساعد المرسل السياسي على توسيع دائرته الاتصالية وتبليغ خطابات منسجمة بشكل مباشر مع خصوصيات الجمهور المستهدف»²³.
- ♦ المتلقي: وهو إما أن يكون نخبويا يقابل بالدراسة والتحليل والتأويل من طرف هذه النخب، وإما أن يكون من عامة الشعب حيث يستمع إلى الخطاب ويتداوله، وقد يقتنع به بسبب الدعاية دون نقد أو دراسة.

وعموما يمكن الحديث عن خطاب التواصل السياسي بكونه:

22. تمثلات اللغة في الخطاب السياسي: عيسى عودة برهومة، ضمن سلسلة عالم الفكر، عدد1، المجلد 36، 2007، ص. 124.

23. صفقوا لخطبة الزعيم، الاتصال السياسي في المغرب: عبد الناصر فتح الله، ص. 81.

أ - خطاب تواصل جماهيري (Discours publique)

« أي أنه خطاب قائم على إنتاج وفصل الدوائر الخاصة والعامة»²⁴، فهو خطاب موجه إلى قاعدة جماهيرية مرتبطة بجماعة معينة، ويرتبط بمجموعة من التظاهرات التي لها طابع جماعي سواء تعلق الأمر بالتنظيم أو التنظير: كالاتحاد السياسي، واللقاءات الجماهيرية التعبوية المفتوحة أو المغلقة، الحوارات والمناظرات السياسية، المؤتمرات الحزبية، البلاغات أو البيانات، المنشورات، التوصيات، أو الحملات الانتخابية، حلقات عامة للبرلمان أو لغيره.

ب - خطاب قاعدي (Discours de masse)

والقاعدة هي التي تحدد قناة الإرسال وينتهي إليها الخطاب، والقاعدة هي مجموعة الأفراد المواطنين ضمن تنظيم اجتماعي معين، غير أنه لا يعني بأي حال من الأحوال الإيديولوجية أو الفلسفة السياسية.

ويؤكد عبد الرحيم العمري أن هذا الخطاب يبرز أساسا في الممارسة النضالية وفي: « نظام الصحافة المناضلة الذي يطرح مشاكل ملازمة: إتباع الشائع في وسائل التواصل بين القواعد، والانحياز عنها في الوقت نفسه»²⁵.

ج - خطاب استراتيجي (Discours stratégique)

أي أنه خطاب يتوجه إلى المتلقي بالنظر إلى خصوصياته الثقافية والإيديولوجية، ويستشهد بورك ودو شاستل بنموذج لينين في تنوع خطابه التواصل السياسي بحسب ثلاث طبقات: « أعضاء الحزب، والمتعاطفين، والجمهور الواسع»²⁶، بل وقد يتعدى الأمر إلى تنوع الخطاب التواصل بالنسبة للفئة أو النخبة الواحدة، كل ذلك ضمنا لتوصيل الخطاب لأكبر قاعدة جماهيرية.

د - خطاب سجالي وسفستاني

السجال هو التركيز على آليات التلفظ في الخطاب السياسي التي قد تتعدى الإقناع إلى الإفحام. فالسجال هو: « عماد الخطاب السياسي، فالمتلقي يكون إما معارضا أو وسيلة لنبذ المعارض»²⁷، وهو يقابل:

24. نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر: عبد الرحيم العمري، ص. 90.

25. نفسه، ص. 91.

26. Bourque. G et Duchastel. J, Pour une nouvelle analyse du discours politique, Edition Boréal, Montreal, 1988, P. 34.

27. نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر: عبد الرحيم العمري، ص. 92.

« الخطاب السياسي الديدانكتيكي أو المدحي »²⁸.

هـ - خطاب تحويلي (Discours transformationnel)

فهو خطاب يخلق النقاش حول: «التدابير الواجب اتخاذها والاستراتيجيات الواجب تبنيها، قصد إتمام تنظيم مجتمع في تحول مستمر»²⁹.

و - خطاب معرفة (Discours de connaissance)

وهي معرفة متعددة التلويحات، تختلف باختلاف الخطاب نفسه، ولكن هدفها هو تدبير التنظيم الاجتماعي عن طريق مجموعة من الإجراءات: كالبيروقراطية أو الإحصاء أو استطلاعات الرأي وغيرها. إنه بكل بساطة: « مؤسسة لسانية تمنح معرفة سياسية»³⁰.

ختاما لا يمكننا إلا نقول مع غريير بأن التواصل السياسي هو خطاب سياسي مهم للغاية، فهو: « يتعامل مع المشكلات الكبرى للحياة العامة ويصفها، ثم يشكلها، فقد أصبحت الصور اللفظية المصدر الرئيس لفهم الواقع السياسي، وأساس العمل الرسمي أو عدم العمل، وأساس شعور الشعب بالتفاوت أو التناؤم، بالرضا أو السخط، حول سير الحياة السياسية»³¹.

ومن جهة أخرى لا يهتم الخطاب السياسي: « كثيرا بالتغيير المعرفي، أو نقل الحقائق الماثلة على الأرض، بقدر ما يهيمه تدعيم موقف سياسي وصورته وبرنامجه ونفوده، ولهذا فهي ليست لغة صريحة، بل لغة ملتبسة حافلة بالمعاني المتعددة والتفسيرات الهادفة إلى استثارة النفوس، بغية خدمة الأهداف السياسية القائمة»³².

دراسة هذه اللغة وهذا الخطاب التواصلية المتميز لا بد للباحث والدارس في هذا الميدان أن يلم بمجموعة من المقاربات والمناهج، وذلك ما سنتطرق إليه في العنصر الموالي.

28. Guespin. L, problématique des travaux sur le discours politique, in langages : Le discours politique, Didier, Larousse, 1971, P. 23.

29. نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر: عبد الرحيم العماري، ص. 94.

30. نفسه.

31. D.A Graber, political languages, in d. Nimo and Sanders, Edition hand book of political communication, Beverly Hills, sage, p. 195.

32. لغة الخطاب السياسي بين الابدولوجية والحقيقة: مورييس أبو ناصر، جريدة الحياة، عدد 23 فبراير 1998.

5 - مقاربات لدراسة التواصل السياسي:

يجب التأكيد على أن المقاربات التي حاولت دراسة التواصل السياسي تنوعت بتنوع حقوله وسيروته التاريخية وتطور وسائل الإعلام والتواصل من تقليدية بدائية إلى عصر الرقمية والتواصل التفاعلي .

أ . المقاربة السبرنتيكية (L' approche cybernétique)

تنبني هذه المقاربة على أسئلة لا سويل التي وضعها سنة 1948 (من يقول؟ لمن؟ بأي قناة؟ وبأي أثر؟)، وقد طورها فيما بعد شانون وويفر عندما حددا عناصر التواصل في: المرسل والرسالة والمتلقي والشفرة والقناة والسياق .

واقترح علماء السياسة السلوكيون النظر إلى التواصل السياسي من منظور كونه إحدى السيرورات الواقعة ما بين القائد ومكونات المجموعة، التي من خلالها تتحرك المؤثرات السياسية لتكون متبادلة أو منقولة فيما بين المؤسسات الحكومية والسلوك الانتخابي للمواطنين، الحقيقة أن هذه المقاربة التجريبية تم توظيفها في: « دراسة الدعاية والاستشارة الانتخابية وأثار التواصل الجماهيري والعلاقات مع الصحافة والرأي العام والسلطات العمومية»³³، إضافة إلى مجال التسويق والإشهار السياسي .

ب . المقاربة البنيوية-الوظيفية (L'approche strucuro-fonctionnaliste)

تصبح الحكومة مثلاً في هذه المقاربة شبكة وجماعات الضغط وسيرورة تواصل، والأحزاب السياسية أنساقاً وعواملاً، فالمجتمع إذن هو سيرورة من التفاعلات التي تتم بين مكوناته . كما تركز هذه المقاربة على الدراسة العلائقية بين المؤسسات ووسائل الإعلام والتواصل، مما يمكن من الإقلاع الديمقراطي في حالة إدماج فاعل وفعال للجماهير في شبكة التواصل هذه .

ج . المقاربة التفاعلية (L'approche interactionniste)

يرى إسطنون بأن التواصل ما هو إلا شكل من أشكال التفاعل يبرز معه تياران: « تيار البعد الرمزي للتواصل السياسي، وتيار البعد التداولي له... والتواصل فعل استراتيجي، فخارج الأدلة والرسائل والشفرة التي تستعمل، والتي تكون البعد الرمزي، وخارج القنوات

33. نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر: عبد الرحيم العماري، ص . 107.

والشبكات التي تكشف البعد البنوي، يجب النظر إلى التواصل عبر البعد التداولي»³⁴، وهذا البعد هو الذي يجعل من التواصل السياسي: خطابا ومعلومة وإشهارا وتسويقا وإشاعة في نفس الوقت.

د - المقاربة الحوارية (L'approche dialogique)

يرى جيل أشاش أن هذه المقاربة هي التي تطرح نفسها أمامنا سواء تعلق الأمر بقدمها وارتباطها بعصر الأنوار، أو لأنها الأحق بدراسة التواصل السياسي من حيث ما يتيح هذا التواصل من تبادل وحوار وعقلانية، ويحدد شروط الفعل التواصل السياسي في ثلاثة عناصر: «أفراد عقلانيون، وأحرار، ومتساوون»³⁵.

كما نستحضر في هذه المقاربة حضور الفضاء العمومي الذي يتهيكل وفق: «تلفظ بين مواطنين لهم الحرية في المشاركة في الشأن العام بالخطاب، مصدر قرارات بعد نقاش بحجج»³⁶، ويتصف بصفتين أساسيتين: «التجانس والديمومة»³⁷.

أما في وسائل الإعلام والتواصل فإن حضور الخطاب السياسي هو: «أقوى من حضور الصورة فبالنسبة للتقليد العقلاني يبقى التعبير هو النموذج الحوارية، فالصورة دائما متهممة لأن لديها معنى أقل من قوتها، والصورة ليست حوارية»³⁸.

ويبدو أن هذا التأثير الذي عرضنا له ليس هو الوحيد الذي يحد من فاعلية التواصل السياسي، بل هناك عوامل أخرى سنستعرضها في العنصر الموالي.

هـ - العوامل المؤثرة على فاعلية التواصل السياسي

هناك عوامل عديدة تلعب دورا هاما في التأثير على فاعلية التواصل السياسي وأداءه لدوره كاملا في دولة ما، وترتبط أساسا بنوعية النظام السياسي وطبيعته وشكل نظام التواصل والإعلام السائد فيها، إضافة إلى العوامل العامة التي تؤثر في كل بنية مجتمعية، وأخيرا العوامل الخارجية متمثلة في الثورة المعلوماتية.

34. Easton D., Analyse du système politique, colin, Edition américaine, 1974.

ذكره عبد الرحيم العمري في كتابه نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر، ص. 109.

35. Gilles Achache, Le marketing politique, Revue Hermès, n° 4, P. 104.

36. نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر: عبد الرحيم العمري، ص. 10.

37. Gilles Achache, le marketing politique, Op.cit, p. 106.

38. Idem.

و - طبيعة النظام السياسي وخصائصه

شهد العالم بعد سقوط جدار برلين ثورة ديمقراطية تجلت في اندحار جل الأنظمة الشمولية، وانعزال المتبقية منها، وتبنت دول العالم بما فيها النامية منها الممارسة الديمقراطية من خلال اللجوء إلى الانتخابات وصناديق الاقتراع، وكثر الحديث عن الديمقراطية الحزبية ونهاية حكم الحزب الواحد والحديث عن حرية وسائل الإعلام والتواصل من خلال توجه بعض الدول لتوسيع مجال حريتها لبداية أورش الإصلاحي، فيما فضلت دول أخرى البدء بتنظيم المؤسسات السياسية لديها على أسس ديمقراطية.

هذا المناخ السياسي السائد في المجتمع هو من بين العوامل المحددة والمؤثرة في التواصل السياسي والذي يتجلى في: « رؤية السلطة السياسية لدور المواطن ومدى توافر التنظيمات الشعبية والمجالس النيابية المختلفة، ورؤية السلطة للنظام الإعلامي، والمشاركة التي تمارس في المجتمعات الغربية ترتبط بالإطار الدستوري والمؤسسي الذي يشمل: التعدد الحزبي، الجماعات المصلحية، حزبية الثقافة، البرلمان وأجهزة الحكم المحلي»³⁹.

ولذلك تتنوع قنوات التواصل السياسي في الدول المتقدمة، من صحف، ومحطات إذاعية وتلفزيونية، وشبكات الانترنت والحمول حيث بها: «يمكن نقل الرسائل السياسية التي يهتم بها الجمهور وتوزيعها بسرعة على نطاق واسع»⁴⁰.

أما في النظم الشمولية فإن الدولة ممثلة بنظامها السياسي وتحكمها في وسائل الإعلام والتواصل هي التي تعمل على إخضاعها لتوجهاتها وأهدافها، ويصبح الصحفيون والإعلاميون مجرد موظفين في دوائر الدولة يعملون على تنفيذ كل ما يطلب منهم من خلال الدعاية للنظام السائد وإنجازاته وتجميل صورته أمام الجماهير الداخلية، « فالأنظمة غير الديمقراطية في دول العام الثالث، باستثناءات قليلة، تكون وسائل الإعلام فيها خاضعة للسلطة ومنفذة لتوجهاتها وملبية لأوامرها، وساعية باستمرار لخدمة أهدافها، ولهذا فإن مثل هذه العلاقة أحادية الجانب لا يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بأي دور أو تسهم في أي حدث، وهو ما ينعكس سلباً على اتجاهات الجمهور نحوها وتصوره لأدوارها»⁴¹.

غير أن من نتائج هذه السياسة عكسياً فقدان الجماهير للثقة في السلطة وفي وسائل التواصل معاً، مما يؤدي معه إلى العزوف السياسي أو اتجاه الجمهور إلى قنوات التواصل الخارجية

39. الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: عبد العزيز آل سعود، ص. 128.

40. سياسة الأخبار وأخبار السياسة: جريير دوريس، ترجمة زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولية، ط1، القاهرة، 2004، ص. 14.

41. الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: عبد العزيز آل سعود، ص. 133.

الأخرى للبحث عن الحقيقة، ومن ذلك مثلاً أن: «تغطية وسائل الاتصال في الدول النامية لكثير من القضايا والأحداث القومية والمحلية تأتي متأخرة وتتسم بعدم الدقة والموضوعية في نقل الأحداث، وترتكز جهودها على الإشادة بإنجازات حكوماتها وإغفال السلبيات التي قد تحدث، حيث سادت ظاهرة المونولوج بدلاً من الديالوج (الحوار) السياسي وهذا ما أدى بدوره إلى أن أصبح الفرد متلقياً أكثر منه مرسلًا، ومتفرجاً أكثر منه مشاركاً».⁴²

نستخلص من كل ما سبق بأن تنوع الأنظمة السياسية ونظرتها إلى وسائل الإعلام والتواصل واتساع قاعدة المشاركة السياسية أو ضعفها، والإيمان بالديمقراطية أو انعدامه واختلاف القوانين الضابطة لوسائل الإعلام والاتصال، كل هذا وغيره يؤثر بشكل مباشر في التواصل السياسي.

ز - شكل النظام السياسي

من وظائف التواصل السياسي توسيع مساحة الحوار بين الحاكم والمحكوم من خلال ما يتضمنه من وسائل لإيصال التصورات والإجراءات والرغبات المتبادلة وحيث يمكن توظيفها: «كأداة للبناء والتحول الحضاري والسياسي، وتعمل على ربط الجماهير وتوويرها بحقائق التحول، وتسهم في دعم جهود وتوجيهات الدولة، والقيام بالوحدة الوطنية، وتوسيع آفاق المواطن، ودفعه نحو المشاركة السياسية، ونقله من المحليات الإقليمية الضيقة إلى آفاق قومية وعالمية».⁴³

غير أن أهمية الوظائف تتأثر بشكل كبير بعوامل تنضوي تحت وسيلة وطبيعة التنظيم الإعلامي السائد في هذا البلد ومنها:

♦ نمط الملكية السائد لوسائل الإعلام والتواصل الذي يتراوح بين المأمم والخاضع للسلطة الحاكمة والتي تتحكم فيه وتسيره، وآخر مستقل تطور إلى إمبراطوريات إعلامية ضخمة راهنت على البعد الاقتصادي والربحي على حساب الجوانب الأخرى.

♦ مصادر التمويل: لأنها تؤثر على سياسات وسائل الإعلام والاتصال وتوجهاتها العامة والإيديولوجية، ومن هذه المصادر نجد: إيرادات الإشهار، والمساعدات الرسمية وغير الرسمية، أما بالنسبة لوسائل الإعلام التجارية فأنها: «تحرص فيما تطرحه من مواضيع وقضايا على عدم معاداة جماهيرها ومعلنها، كما تتحاشى أن تظهر تأييد قويا كسياسة معينة أو أخرى، وبالتالي تكون متوازنة»⁴⁴، بينما تعمل وسائل الإعلام الحكومية على الترويج لسياسات الدولة الداخلية والخارجية.

42. دراسات في علم الاجتماع السياسي: الجوهري عبد الهادي، نهضة الشرق، ط1، القاهرة، 1985، ص. 64.

43. المدخل إلى علم الاتصال: مكي حسن وبركات محمد، منشورات ذات السلاسل، ط1، الكويت، 1995، ص. 51.

44. سياسة الأخبار وأخبار السياسة: جريير دوريس، ترجمة زين نجاني، ص. 264.

- ◆ شكل الفكر الإداري والتنظيمي الذي تتبناه المؤسسات الإعلامية.
- ◆ شكل العلاقة بين وسائل الإعلام ومصادر المعلومات.
- ◆ توجهات الخط التحريري لوسائل الإعلام والتواصل.
- ◆ وسائل الإعلام والتواصل المتاحة في المجتمع والتي تتباين بين الدول المتقدمة والنامية، ففي الدول العصرية الحديثة هناك: «ما يشبه الخط الفاصل بين الدول التي تملك وسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني وبين الحكومة، باعتبار أن الدولة هي كل مواطنين، وأن الحكومة تمثل حزبا يمكن أن يتغير بنتائج الانتخابات، في حين أن هذا الفصل في الدولة النامية لا يوجد، حيث ما زال الإعلام في هذه الدول أداة من أدوات السلطة والدعاية السياسية»⁴⁵.
- ◆ التباين بين استعمال وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، ف«المؤسسات الاتصالية الحديثة تركز على الاهتمامات الشعبية، والمشاركة في المواضيع العامة، وأنشطة الجماعات والتعاونيات والمبادئ الخاصة»⁴⁶.
- ◆ دور الرقابة على وسائل الإعلام: إذ أصبحت في الدول الغربية ذاتية تمارسها المؤسسات الإعلامية على نفسها دون الحاجة إلى تدخل مقص الرقيب، عكس الدول النامية حيث يسود التعتيم وإعلام السلطة، فالمؤسسات الإعلامية يملكها كبار الرأسماليين بشكل احتكاري، وفي غالب الأحيان فإنهم هم من «يقرر سياستها وفقا لخطهم السياسي، وليس هيئة التحرير، وهذا بحد ذاته نوع من أنواع الرقابة المستترة والمفروضة ضمنا على هذه الوسائل، مما يحد من التنوع في الفكر والمحتوى»⁴⁷.

45. مشكلات الاتصال السياسي في مصر: أبو زيد فاروق، مركز البحوث والدراسات السياسية، ط1، القاهرة، 2002، ص. 292.

46. الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: عبد العزيز آل سعود، ص. 141.

47. مرجعية التغطية الإخبارية في العالم العربي: خضور أديب، مجلة الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، 2000، ص. 93.