

الاتصال السياسي ووسائل الإعلام: المقاربات النظرية والممارسة السياسية.

Political Communication and the Media : Theoretical Approaches and Political Practice.

جميلة سعيد¹، صفوان عيصام حسيني²¹ كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، said.djamila.831207@gmail.com² كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، hocinisafouane@gmail.com

تاريخ النشر: سبتمبر/2022

تاريخ القبول: 2022/06/13

تاريخ الإرسال: 2021/04/18

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تعريف الاتصال السياسي وإبراز دور وسائل الإعلام كوسيط رئيسي في الممارسة السياسية وناقل ومحل للرسائل، حيث يعتبرها الساسة منبر ووسيلة أساسية لنقل رسائلهم إلى الجمهور وأيضا لكسب الإعلام وتحديد محتواه والتأثير على الرأي العام، ويشارك أيضا أفراد المجتمع في العملية السياسية من خلالها. لا يمكن أن نتحدث اليوم عن السياسة في المجتمعات الديمقراطية بدون وسائل إعلام، تعكس هذه الأخيرة أهم القضايا التي تثير الفاعلين في السياسة وكذلك الجمهور، والتي تساهمت بشكل أو بآخر في تغير المجتمعات وتطورها، ونظرا لكون الاتصال والسياسة على حد سواء ظاهرتان مرتبطتان بطريقة مباشرة بالسلوك الإنساني كظاهرة اجتماعية، كان للمقاربات النظرية نصيب في دراسة هذه التطورات التي طرأت على مختلف المجتمعات والتي ساهمت بشكل أو بآخر في تأسيس الاتصال السياسي وأهمية وسائل الإعلام وتأثيرها في تشكيل الرأي العام.

الكلمات المفتاحية: الاتصال السياسي_ وسائل الإعلام_ الممارسة السياسية_ المقاربات النظرية.

Abstract:

This research paper aims to define political communication and highlight the role of the media as a main mediator in political practice, conveyor and analyst of messages, as politicians consider it a platform and a basic means of transmitting their messages to the public, gaining the media, determining its content and influencing public opinion, and community members also participate in the political process through it. We cannot talk today about politics in democratic societies without media, the latter reflecting the most important issues that raise the actors in politics as well as the public, which have contributed in one way or another to the change and development of societies, given that communication and politics are both phenomena that are directly related to behavior. Humanitarian and as a social phenomenon, theoretical approaches had a share in studying these developments that occurred

in various societies and which contributed in one way or another to establishing political communication and the importance of the media and their influence in shaping public opinion

Keywords: political communication - media - political practice - theoretical approaches.

مقدمة:

يثير الاتصال السياسي كل ما يتعلق بإنتاج وتبادل الخطابات السياسية التي تنتجها مختلف الجهات الفاعلة وتمررها عبر وسائل الإعلام وما يترتب عنها من تأثير على الجمهور المتلقي لتغيير آرائه أو تعديلها أو الحفاظ عليها ، فالوسيلة الاعلامية من المصادر الأساسية التي يستقي الفرد منها معلوماته السياسية . تبرز قيمة السياسة والاتصال في هذه الخطابات المتبادلة التي تنتجها النظم السياسية وفي دور وسائل الإعلام والرأي العام كذلك ، خاصة في النظم الديمقراطية الجماهيرية التي تتميز بالاقتراع العام والمساواة أثناء الانتخابات ، بالإضافة الى تأثير السلطة وممارستها السياسية على محتوى وسائل الإعلام لتشكيل آراء الجماهير، اختلفت الممارسة السياسية وتطورت عبر عدت مراحل بتطور المجتمعات وعبرت عنها العديد من المقاربات النظرية .

يدفعنا هذا الطرح إلى البحث عن ماهية الاتصال السياسي، وكيف أبرزت أهم المقاربات النظرية دور وسائل الإعلام كحلقة وصل أساسية في الممارسة السياسية داخل المجتمع ؟

أولاً: الاتصال السياسي

عرف جون ميدو J.Meadow الاتصال السياسي بأنه الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكميته، كما أنه أيضا يتعلق بالطريقة التي يمكن أن تقوم ظروف الاتصال بتشكيل السياسة¹، حسب ماكس ووبر (العمل الاجتماعي) فإنه كحقل يتم فيه تعريف عدة أشكال من العمل وتقاطعها وتنفيذها فهو إجراء له غاية أولاً...ثم عمل قيمى أو محوري...أو أيضاً لأنه يتكون أحياناً من الرغبة في ولادة قيم وقواعد جديدة في لعبة مواجهة الأفكار أو الأيديولوجيات من خلال وسائل الإعلام، والتلاعب بالحشود عن طريق الدعاية² .

للاتصال السياسي حسب ماكس ووبر غاية محددة للتأثير على الفرد من أجل اتخاذ الخيار الذي يهيمه، ويمكن لسلوكه في التصويت أن يتجه نحو قواعد وقيم وعود أي طرف، ويصبح رد الفعل عاطفياً. يرى ووبر أيضاً أن فقدان الاستقلالية لوسائل الإعلام في هذا الفضاء هو عامل رئيسي في تعزيز هيمنة الدول والأحزاب السياسية وسيطرتهم على الجمهور في مجال رغباتهم ومشاعرهم وأفكارهم الأكثر عاطفية خاصة في وقت الانتخابات وعدم المساواة في مشاركة الجهات الفاعلة في مجال الاتصال السياسي.

كما يقول Bélanger: يكون السياسي دائماً في تدخل مقصود على السلوك المحتمل للمستقبل، ولا تزال وسائل الإعلام إلا مجرد وسيلة، وأحياناً إستراتيجية لتحقيق غاية، ويكون ذلك بالتلاعب أو التحريض

أو التهديد أو الإقناع أو الأمر³. إن وسائل الإعلام تميل إلى إرضاء جمهور مختلف ومجزأ والحفاظ على انتباه جميع فئاته وتعتمد جاذبية السياسي على تعامله مع الكلمات والقدرة على فرض الأفكار لا يهم إذا شوه الخطاب الواقع فنجاحه يكون في جعل الجمهور يفكرون في أنسب الصيغ في لحظة معينة.

يتم دمج الاتصال السياسي دراسة دور الاتصال في الحياة السياسية من خلال وسائل الإعلام وكذلك استطلاعات الرأي والتسويق السياسي والإعلان خاصة أثناء الفترات الانتخابية وعلى عملية تبادل الخطاب السياسي بين عدد متزايد من الجهات السياسية الفاعلة في المجتمع .

يقول **dominique wolton** أن الاتصال السياسي هو الفضاء الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتناقضة للجهات الفاعلة الثلاثة التي تتمتع بشرعية للتعبير عن نفسها علناً في السياسة، ومنهم السياسيون والصحفيون والرأي العام من خلال استطلاعات الرأي⁴.

يوضح **Wolton** أهمية المواجهات الخطابية المتمثلة في الاتصال السياسي الذي يختصرها إلى استراتيجية لتوصيل رسالة ولديه الوظيفة المزدوجة المتمثلة في اختيار الموضوعات التي سيتم طرح القضايا عليها والقضاء على تلك التي لم تعد هناك مواجهات بشأنها، وبالتالي فإن الاتصال السياسي يغير المعنى والشكل في الوقت المناسب ومع مرور الوقت.

يتوسع المجال السياسي الى ثلاثة شرعيات للاتصال السياسي، السياسيون، وسائل الاعلام والرأي العام من خلال استطلاعات الرأي، مع زيادة عدد المشاكل والجهات الفاعلة التي تدخل المجال السياسي، و زيادة مساحة الاتصال بثقل وسائل الإعلام ، المعلومات ، والرأي العام من خلال استطلاعات الرأي⁵.

هذه الأطراف الثلاثة بالنسبة لـ **Dominique Wolton** في توتر دائم لأن كل منها يحمل جزءاً من الشرعية السياسية، وبالتالي يمكنه المطالبة بتفسير الواقع السياسي الآن من خلال استبعاد الآخر، والاتصال السياسي هو توازن غير مستقر بين هذه الأطراف أو المناطق المتناقضة، توازن غير مستقر، لكنه يعطي معنى لمواجهات الديمقراطية الجماهيرية.

ميزها **Wolton, 1988** أنه في أي ظرف من الظروف، هناك اتفاق ضروري بين المضيف الإعلامي والضيف لتخصيص مكان لبعضهم البعض، يختار الإعلامي طريقة تمثيل الجمهور الغير موجود في المعاملة ولكنه مستلم الرسالة، وهو العنصر الأكثر رمزية مما يزيد من مكانته كمرآة مكبرة ويمر من النموذج غير المباشر إلى النموذج التفاعلي، في حين أن النموذج الذي يفصل الجمهور عن المداولة ويقتصر دوره على مستلم الرسالة فقط يعتمد على مفهوم التبادل البسيط وغير المتكافئ للغاية⁶.

وفقاً لما ذكره **فولتون**، عند تقاطع الفضاءات الثلاث، يعتبر الاتصال السياسي توازناً هشاً بين المكونات المتناقضة، التناقض بين القدرة المتزايدة للأفراد على معرفة السياسة وانخفاض قدرتها على التصرف

بناء على مشاكل سياسية معروفة، التناقض بين تبسيط الخطاب السياسي وتعقيد المشكلات... إلخ. تنتج الشرعية السياسيين عن الانتخابات من خلال الاتصال للحصول على دعم الآخرين بإستراتيجية الإقناع، بالنسبة للصحافيين على العكس من ذلك ترتبط الشرعية بالمعلومات، التي لها مكانة وقيمة واضحة لا غنى عنها، والتي تسمح بإخبار الأحداث وممارسة بعض حق النقد... بالنسبة لاستطلاعات الرأي كممثل للرأي العام، فإن الشرعية علمية وفنية الهدف منها هو التعبير عن حقيقة لا يكون لها وجود موضوعي إلا من خلال ما يقومون به ⁷. تعتبر وسائل الإعلام حلقة الوصل بين السلطة السياسية والناخبين، ومن الرأي العام إلى السياسيين، وحتى استطلاعات الرأي أيضا فهي تجلب المعلومات إلى مختلف الجهات السياسية الفاعلة لا يمكن أن يوجد أحد هذه الأطراف بدون الآخر ويشكل بطريقة ما ثقل السياسة المتبادل، تنشر وسائل الإعلام استطلاعات الرأي مع كل حملة انتخابية فهي في حد ذاتها تمثل جزئياً السلوك الانتخابي، ويسعى السياسيون إليها من أجل معرفة مقدما ما يمكن أن تكون عليه النتيجة، إن الجمهور عند فولتن ليس غائبا عن هذا التفاعل يحدث الاتصال السياسي أمام الجمهور الذي ومن خلال التصويت يقرر الناخبون علناً اختياراتهم، والتي يظهرها الاتصال السياسي.

أجندة الأعمال عند فولتن ليست سوى حالة من الاتصالات السياسية، وهي حالة يتمكن الصحفيون فيها بشكل أو بآخر من فرض التسلسل الهرمي للمشاكل... من خلال توازن القوى بين هذه الخطابات الثلاثة، كل محاولة لفرض تمثيلها للوضع السياسي على الطرفين الآخرين، من أجل الحصول على سيطرة جزئية ودائمة على جدول أعمال الاتصال السياسي ⁸. إن محتوى الاتصال السياسي يختلف مع مرور الوقت، يمكننا أن نلاحظ كيف أن مواضيع البطالة، التعليم، الهجرة، البيئة وغيرها لا تحتل المكان نفسه من الأهمية، وتشكل أجندة الاتصال السياسي في وقت معين صورة ليست فقط للسياسة، ولكن بشكل أعم للنظام الديمقراطي، يبرز الدور المهم لوسائل الإعلام أثناء الحملة الانتخابية بسبب المكان الذي تعطيه للقضايا التي تناقش في المجتمع، وتجد أكثر شرعيتها في قيمة المعلومات السياسية.

تكمُن الحقيقة الأكثر إثارة في الفترة الحالية وفقاً لـ **G. Leblanc** في زيادة عدد القضايا لاسيما الفساد التي يشارك فيها السياسيون... وفي هذا السياق، يميل التلفزيون إلى أن يصبح شريكاً مع العدالة دون تواطؤ معها أو مع الشرطة... كما لو أن وسائل الإعلام احتاجت إلى النموذج القضائي لتعزيز مفهومها للمعلومات على أساس الجريمة أو الانقطاع في مجرى الأحداث العادي ⁹.

يضمن الاتصال السياسي تشكيل الخطاب السياسي وتنظيمه وزيادة عدد الموضوعات، وتساهم وسائل الإعلام في توسيع مجال الاتصال السياسي، كما يتأثر الصحفيون إلى حد كبير بحالة الاتصال السياسي التي يساهمون هم أنفسهم في تنظيمها. عندما تميل وسائل الإعلام إلى السياسة حسب ولتن يفقد الإعلام استقلاله ومصداقيته مع المجتمع وتمثيل الرأي العام يكون جزئي، فمسعى السياسة الحديثة هي

إزالة المواطن من أماكن السلطة وتقليص قدرته على العمل، وتظل مسألة الاتصال السياسي هي تفسير الموقف السياسي، وليس سرعة تداول المعلومات، أو رد فعل الرأي أو القدرات الابتكارية للسياسيين.

اهتم ولتن بأهم الأقطاب الفاعلة في الاتصال السياسي، السياسيون، وسائل الإعلام والرأي العام (استطلاعات الرأي) ولكنه لم يتعمق في مضمون الرسالة التي تنتج عن كل طرف إضافة إلى ذلك فإن استطلاعات الرأي تمثل الرأي العام لكن حسب الموضوع المطروح للاستطلاع أي أنه مقيد بطبيعة الأسئلة و بالجهة القائمة على الاستطلاع وتنظيمه وتمويله، يجب على وسائل الإعلام معرفة من قام به قبل نشره، والتأكد من أن أسلوب أخذ العينات موصوف بوضوح.

الاتصال السياسي هو تفاعل وتبادل بين الجهة السياسية وأفراد المجتمع يسعى كل طرف إلى تحقيق أهدافه بالتأثير على الآخر، وأيضاً على الرأي العام ووسائل الإعلام التي تعتبر حلقة الوصل قد تدعم أحد الأطراف الفاعلة في الاتصال السياسي دون الآخر أو تكون ناقل ومحلل للرسائل بطريقة موضوعية ومتوازنة .

ثانياً : المقاربات النظرية والممارسة السياسية :

لابد أن نرجع إلى أهم مقاربات الاتصال التي تناولت الاتصال السياسي وإبراز الخصائص التي تميزت بها مراحل تطور مختلف المجتمعات في دول العالم و ممارستها للسياسة، وإن تعددت وتمايزت هذه المدارس التي تناولت هذا الطرح فقد جمعنا أهمها.

1_المدرسة الليبرالية:

نتناول في المدرسة الليبرالية المسار السائد في بحوث الاتصال السياسي لعدة عقود ونميز العديد من التيارات المؤسسة لهذه المدرسة أهمها:

1_1_النظرية السلوكية أو البحوث السلوكية والتأثير المباشر:

اهتمت البحوث السلوكية بالإقناع وأن دراسة الظواهر السياسية أو الاجتماعية يمكن تفسيرها من خلال تجميع المواقف والسلوكيات الفردية التي سببها أو يؤسس بها الفرد المجموعة، وباهتمام الجهات الفاعلة السياسية والاقتصادية بالإقناع، وهي ضرورة لفهم آثار الرسائل في تشكيل الآراء الفردية، أي تماماً كما يثبت التصويت أو الانتخاب شرعية الحكم. ولدت البحوث السلوكية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1920، لكنها ازدهرت في فترة ما بين الحرب العالمية الأولى والثانية واعتمدت على أبحاث بافلوف حول المنعكس الشرطي، وتؤكد أنه يمكن ملاحظه سلوك الإنسان، وإخضاعه للتجربة وقياسه .

تري هذه النظرية أن تأثير الرسالة الإعلامية قوي ومباشر نلمسه في سلوك الفرد بعد تلقيه للرسالة كمنعكس شرطي استناداً إلى ما قدمه بافلوف، ويصاغ وفقاً لانعكاسات شرطية لمثيرات محيطية خارجية تشكل نماذج سلوك مستقرة يمكن تمييزها، ومن هنا فإن الفعل الاجتماعي ليس اختيار شخصي مبني على

معارف ومعتقدات مختلفة¹⁰، وأن أفراد الجمهور سلبيين في تعرضهم للوسائل وفي تعاملهم مع المضمون ولهم الاستعداد لتقبل الأفكار والمعاني بمجرد وصولها إليهم¹¹.

بدأت الأعمال الأولى حول الآراء السياسية واختيارات الأفراد التي تسترشد بالبحث عن تأثيرات وسائل الإعلام وسعت الطبقة السياسية إلى تحديد تأثير وسائل الإعلام في تغيير الولاء السياسي والتصويت، في حين سعت الشركات الخاصة لفهم سلوك المستهلك والتأثيرات الإعلامية وعلى تكوين الرأي، وأكدت هذه الأعمال أن الانتماء إلى المجموعة هو أساسي للمواقف والسلوكيات وأن رفض أو قبول رسالة يعتمد على الامتثال لقيم المجموعة.

أكد جوزيف ت. كلاير على تأثير وسائل الإعلام في ورقة بحث (1960) بعنوان "تأثيرات الاتصال الجماهيري" ويعتقد أن الاتصال الجماهيري ليس ضرورياً في حد ذاته ولا يكفي لتوليد التأثيرات على الجمهور، بل يعتمد على مجموعة من العوامل الوسيطة والمؤثرة أولاً، قواعد المجموعات التي ينتمي إليها الأفراد، ثم نشر محتوى الاتصال وممارسة قيادة الرأي، وأخيراً استعداد الناس أي الذاكرة، والتعرض الانتقائي والإدراكي، وأن تأثير وسائل الإعلام في تغيير الآراء نادر ويقتصر على الظروف المحددة التي تعمل فيها العوامل الوسيطة بشكل إيجابي¹².

يتميز التأثير الشخصي عند إيليو كاتز وبول لازارسفيلد، بمفهومه المتمثل في تدفق الاتصالات المكون من خطوتين، أو تدفق الاتصالات على مرحلتين، والذي يقترح ديناميكية التأثير الإعلامي من خلال العلاقات الشخصية، يمارس تشكيل تأثير وسائل الإعلام في الآراء من خلال قادة الرأي وينتقل الاتصال من وسائل الإعلام إلى هؤلاء القادة، ومن ثم إلى القطاعات الأقل نشاطاً من السكان، ولكي تكون الاتصالات فعالة يجب ألا تكون الرسالة متوافقة فقط مع قيم المجموعات التي ينتمي إليها المستقبليون، وأن تحظى أيضاً بدعم زعيم الرأي¹³. تبرز وسائل الإعلام أهم الموضوعات السياسية حسب أجندتها ومن خلال الإطلاع على أجندة الفاعلين السياسيين والتي يجب على المواطنين الاهتمام بها والموافقة عليها وتصبح بذلك من أولويات اهتماماتهم فتتشكل بذلك الآراء الفردية.

يقول شتيفن باترشون Patterson Steven بأنها: العلمية التي تُبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق ردود فعل الحكومة¹⁴، وأن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له أهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وإن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور¹⁵.

قام كيرت وغلاديس لانج (1983) بتطوير نظرية بناء جدول الأعمال، في حين أن إعداد جدول الأعمال هو نموذج ثنائي وآلي يتضمن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور أصبح ثلاثي وديناميكي؛ هناك تأثير متبادل بين وسائل الإعلام وصناع القرار والجمهور، وفقاً لهما، فإن تأثير وسائل الإعلام

في تشكيل الآراء الفردية يعتمد أيضًا على مدى ألفة ومعرفة الجمهور للموضوعات، فكلما بدا موضوع ما مألوفًا لدى الجمهور، قلت أهمية التغطية الإعلامية في جعل الموضوع أولوية عامة وقل تأثيره في تكوين الآراء¹⁶.

لا تزال السلوكية تعتمد بنسبة كبيرة من الأبحاث على نموذج العلاقة السببية لشرح التصويت أثناء الانتخاب والأحداث السياسية، يتم تلوين هذه الصورة بتأثير وسائل الإعلام التي تُعتبر حافزًا خارجيًا بالإضافة إلى الظروف السياسية والاقتصادية، وتأثير الأصدقاء، والحملة الانتخابية، وتصرفات الحكومة... الخ وأصبح مجال الاتصالات السياسية أكثر ديناميكية.

1_2 البنائية الوظيفية والنهج النفسي للنظريات السياسية:

إن المجتمع مثل الكائنات العضوية الحية المكونة من وحدات (مثل الخلايا) منظمة في بناء موجود في بيئة معينة، وإذا كان عالم البيولوجيا يدرس كيف يتكيف هذا العضو ويستمر حيا ويحافظ على نفسه في توازن مع بيئته، كذلك فإن علم الاجتماع أو السياسة يجب أن يدرس كيف يحافظ المجتمع على نفسه على مر الزمن، ومن ثم يدرس أجزاء المجتمع من منظور وظيفي¹⁷. يبقى المجتمع ويستمر وتتطور أبنيته الاجتماعية بالوظيفة أو النشاط الذي يمارسه كل جزء من هذا المجتمع سواء كان فرد أو جماعة أو مؤسسة أو قانون أو عادات وتقاليد تميز هذا المجتمع وأي خلل في أحد أجزائه يخل بعمل الجزء الآخر فهو كنسيج متماسك مترابط بين مكوناته.

لننظر أولاً في السياق، أي الصيغة النظرية الأولى للعلاقة الوظيفية بين النظام الاجتماعي ووسائل الإعلام من قبل العالم السياسي **هارولد لاسويل** (عام 1948) الوظائف الثلاث الأساسية التي ينجزها الاتصال في النظام الاجتماعي هي بالنسبة له مراقبة البيئة، والعلاقة بين مختلف مكونات المجتمع ونقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى آخر، كالروابط الاجتماعية، ودعم النظام السياسي، وعلى نفس المنوال، تصور **كارل دويتش** (1966) و**ديفيد إيستون** (1974) السياسة كنظام قائم على علم التحكم الآلي، سيكون النظام السياسي مربّعاً أسوداً يتلقى المدخلات (الطلبات والدعم)، وينتج المخرجات (الإجراءات والقرارات) تتيح حلقة ردود الفعل من المخرجات إلى المدخلات وعبر البيئة دعماً وطلبات جديدة. أكثر من، **إستون**، سيربط **Karl Deutsch** الاتصال مع النظامية باستخدام الصندوق الأسود نفسه ونظام التغذية المرتدة نفسه، ويرى أن الاتصال ضروري لنقل المعلومات بين مختلف مكونات النظام السياسي، وبالتالي مساواة الاتصال مع وظيفة تتيح الحفاظ على هذا النظام، وهو يرى الحكومات أنظمة لصنع القرار تستند إلى مجموعة متنوعة من تدفق المعلومات يتم تقييم الأنظمة السياسية المختلفة وفقاً لقدرتها على العمل كأجهزة توجيه أكثر أو أقل كفاءة، على غرار أو المماثلة للأنظمة الأخرى الموجودة، في تسيير المعلومات أو تعطيل النظام السياسي، إنها تشكل أعصاب الحكومة¹⁸.

اتخذت خطوات سريعة ومكانة ملائمة في أوائل الستينيات من القرن الماضي نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات، والتي لا تكتفي بمحاولة فهم ما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور، ولكن أيضا ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام، وتعتمد النظرية على قائمة الاحتياجات، المعلومات، الاتصال، الترفيه... إلخ الجمهور هو المحدد الرئيسي لاحتياجاته في علاقته مع وسائل الإعلام.

إن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فلأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم.¹⁹

الدراسة التي أجراها مندلسون وأوكيف O keefe & Mendelsohn، عن تقويم الجماهير في الولايات المتحدة لقدرة وسائل الإعلام على إشباع رغباتهم السياسية وعلى الرغم من أن دراستهما كانت مقتصرة على إجراء مقارنة بين التلفزيون والصحف إلا أن نتائجها أوضحت أنه باستطاعة الجمهور أن يميز بين هاتين الوسيطتين في مدى قدرة كل منهما على إشباع رغباتهم السياسية، وخلصت الدراسة إلى نتيجة رئيسية وهي أن الصحف أكثر قدرة من التلفزيون على إشباع الحاجات المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بالحملة الانتخابية.²⁰

ولد على الجانب الآخر من المحيط الأطلسي نظرية أخرى مستوحاة من الاعتبارات النفسية هي دوامة الصمت إن نظرية إليزابيث نويل نيومان هي نتيجة لقرار المفارقة التي حدثت خلال الحملة الانتخابية لعام 1965 قبل أسابيع قليلة من الانتخابات حيث أن الحزبين الرئيسيين وجهاً لوجه في صناديق الاقتراع... ظهرت هناك فجوة بين نوايا التصويت وتصور نوايا التصويت هذه، هل الرأي العام إذن ما يفكر فيه الناس، أو ما نتصور أن الناس يفكرون فيه؟. يعتمد تفسير نويل نيومان على الشعور بالخوف من النبذ والعزلة، عندما يعتقدون أنهم يمثلون أقلية²¹. ترى نيومان أن الفرد يحاول دائما البحث عن مكانه ضمن الجماعة يراقب محيطه الاجتماعي لكي يتوافق سلوكه ورأيه مع آراء الآخرين خشية الرفض والعزلة، لذلك لا يكشف عن موقفه السياسي أو اختياره ويلتزم الصمت إلا إذا توافق مع خيارات الأغلبية فيضمن انتماءه.

يوضح Loïc Blondiaux مسألة العقلانية والناخب العقلاني في "موت وقيام الناخب العقلاني في الانتخابات" وأن تحولات أو تغيير مظهر المشكلة من بدايات البحث السلوكي هو عدم الاهتمام وجهل الناخبين بالقضايا السياسية وبالكون السياسي وعدم قدرتهم على وضع أيديولوجية لأهم الأحزاب والجهات الفاعلة على الساحة الوطنية، فكان واضحا للعلماء السياسيين الليبراليين عدم التمكن من العثور على الناخب العقلاني... وبما أن التصويت يضفي شرعية على الديمقراطية، فإن القول بعدم منطقية هذا التصويت أو بلا معنى سيلغم النظام الديمقراطي الليبرالي بأكمله²². أي أنه كلما توفرت المعلومات الجيدة والمختلفة والمنافسة القوية بين الأفكار والتفسيرات المتباينة، يكتشف الناس العاديون الحقيقة ويرفضون

الكذب والتزييف وتكون لهم فرصة في إبداء آراء سليمة واختيارات معقولة حتى وإن تحيزت وسائل الإعلام في نشرها للمعلومات .

2_ المدرسة النقدية :

عارض النقاد تاريخياً الاتجاه السائد للعلوم الاجتماعية، إلا أن الأمر لم يكن نفسه بالنسبة للمدرسة النقدية في بحوث الاتصالات السياسية، بل على العكس اعتبرت تأثير وسائل الإعلام مهماً لكن من الجوانب الاقتصادية والأيدولوجية على مستوى المجتمع، فهي تبحث عن أسباب الصراع في المجتمعات سواء وجدت مقاومة لذلك أو لا، وتطعن في مزايا العناصر الأساسية للنظام الرأسمالي، وهي الربح، والسلع كأدوات أساسية .

تفترض النظرية النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم وتتفق الدراسات النقدية في تحديد علاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية والسياسية على ما يلي: ²³

1_ إن محتوى وسائل الاعلام يروج اهتمامات الجماعة المهنية في المجتمع و يميل إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

2_ تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الذي تروجه لمصالح الرأس مالية لجذب الطبقات العاملة.

3_ فضح حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي يمولها كبار رجال الأعمال لخدمة الثقافة المهنية .

تفرعت المدرسة النقدية الى عدة تيارات نذكرها كالاتي :

2_1 مدرسة فرانكفورت الماركسية:

تأسست عام 1923 التزمت الماركسية الأرثوذكسية إلى حد ما بوضع الاقتصاد السياسي في صلب برنامج أبحاثها واعطت اهتماماً أكبر للبنية الفوقية والتساؤل عن ديناميات وتفاعلات التاريخ المبنية بشكل أساسي على الحتمية الاقتصادية، القاعدة التي تتحكم في مجال البنية الفوقية وفي ترتيب الأفكار، وأن طريقة إنتاج الحياة المادية تحدد الحياة الاجتماعية والسياسية والفكرية. منذ ثلاثينيات القرن الماضي، ابتعدت النظرية النقدية عن الماركسية الأرثوذكسية حيث أن الخلافات النظرية تنبع من الأسباب - المادية أو الإيديولوجية - التي تفسر عدم قدرة الطبقة العاملة على هزيمة النظام. ²⁴

ظهر تياران رئيسيان في هذه النظرية، تيار الاقتصاد السياسي الذي مثل الماركسية الأرثوذكسية، والتيار الثقافي النقدي الذي مثل مدرسة فرانكفورت يقوم على مفهوم أكثر أيديولوجي للهيمنة.

أ_ الصناعة الثقافية :

يدرس الباحثون في مدرسة فرانكفورت الصناعات الثقافية، سواء كانوا متميزين عن الفن أو الثقافة الشعبية، إنهم يستكثرون تحويل الفن إلى صناعات ثقافية تهدف إلى تجانس الأذواق وتحريم حرية الفرد،

لأن الفن والثقافة معانٍ فلسفية أو سياسية، وبالتالي تشكل مصدرًا للمعرفة الاجتماعية والعقل، وإمكانية للنقد و المعارضة .

اهتم لموراي إيدلمان بالإنشاءات الرمزية التي تشارك في إنشاء وصيانة الإيديولوجية المهيمنة، من خلال إيلاء اهتمام خاص للغة في ظروف محددة للغاية، في البيئة السياسية، في المعلومات، في العلاقات الصناعية، المهن المساعدة، البيروقراطية... إلخ.²⁵

يشرح إيدلمان اللغة واستخداماتها في خلق المعاني والتصورات والمعتقدات التي يتقاسمها السكان مثل القوانين، القيم، العادات والتقاليد، السياسات الحكومية وأهمية التصويت... إلخ لتشكل صورة اجتماعية وثقافية وسياسية ، وتحافظ اللغة على استمراريتها وهيمنتها، ويصف بعض خصائص اللغة السياسية وانقلاب التسلسل الهرمي للقيم كقوله أن قيام الحرب هو استعداد للسلام .

يستبعد لبورديو ، من جهته ، استقلالية وسائل الإعلام من القيود الاقتصادية والعقوبات القانونية وتقييم الجمهور، وأن الحقل الصحفي يؤثر تأثيراً واضحاً على الجمهور كونه من أهم وسائل إنتاج و نشر المعلومات ويصل إلى شريحة كبيرة من المجتمع ، فهو يشارك في البناء الاجتماعي للواقع...و طبقاً لهول المعاني الإيديولوجية ليست ثابتة واللغة تلعب دوراً حاسماً في الصراع الأيديولوجي وتحولات الوعي؛ هذا يعطي معنى كاملاً لمفهوم غرامشي للهيمنة²⁶ .

يُنظر إلى وسائل الإعلام على أنها تربط السكان بالخبيرة، وعلى أنها تشبع الجمهور بالمحتوى الذي تقدمه فكلما زاد عدد الأشخاص واستمرارهم في تلقي الرسالة لوقت طويل، كان فهمهم للعالم أكثر تشابهاً مع ما تم تقديمه وسائل الإعلام.

ب_الاقتصاد السياسي:

يعد الاقتصاد السياسي من أقدم المقاربات المستخدمة في تحليل النظم والظواهر السياسية، ففي القرن التاسع عشر تناول كارل ماركس السياسة وظواهرها من مدخل الاقتصاد على أساس أن الظواهر السياسية تتشكل بفعل الحقائق الاقتصادية... ويعتبر أن تحقيق مجموعة من الشروط الاقتصادية سبب أساسي لتحقيق الديمقراطية السياسية²⁷ ، يبرز الاقتصاد السياسي كيف أن وسائل الإعلام هي وسيلة للسيطرة الأيديولوجية عند الطبقة الحاكمة؛ وأن الرأسماليون يستخدمونها لتعزيز مصالحهم وتوطيد سلطاتهم وامتيازاتهم وإضفاء الشرعية على المجتمع الرأسمالي ، وأيضاً ما نلمسه في الحديث عن الدعاية والتلاعب بال جماهير وحرية التعبير... إلخ .

عند النظر في مسائل البنية الفوقية والقاعدة الاقتصادية يمكن للمجموعة الاجتماعية المهيمنة اقتصادياً أن تحول هذه الهيمنة إلى قيادة ثقافية واجتماعية وسياسية وسلطة شرعية في المجتمع، والتي وصلت أيضاً إلى مرحلة التعقيد الكبير، هذا النظام الأيديولوجي الذي يضم العالم المدرسي، والكنيسة، والجيش ، والعدالة، والثقافة، والترفيه، والنقابات، يتم مقارنته بسجن يضم آلاف النواذ التي تعد قضبانها

أكثر قوة وفاعلية وأقل وضوحاً بما أن الهيمنة تتعلق بظواهر البنية الفوقية، أي مجال الأفكار، فإن أرض الصراع هي أيديولوجية أيضاً؛ وبما أن الهيمنة ليست دولة ثابتة ولكنها تتحرك - مسرح خاص للصراع- هناك صراع دائم للأفكار. إن الأجهزة الأيديولوجية للدولة عند لويس ألتوسير هي أداة لنقل الأيديولوجية المهيمنة والحفاظ على السيطرة والتكاثر الاجتماعي والثقافي في التكوينات الاجتماعية الرأسمالية ولا يقل أهمية عن إنتاج العمل على هذا النحو؛ يتم الحرص على تشكيل العمال الذين سيوافقون على الانضباط والمنطق والثقافة والقيود المفروضة على طريقة إنتاج النظام الرأسمالي²⁸.

تعمل وسائل الإعلام في إطار النظام الرأسمالي، ومالكي الصحافة يتصرفون أولاً وفقاً لقواعد السوق، والعولمة، وتحرير التجارة والبحث عن عائد الاستثمار، وليس وفقاً للمصلحة العامة أو حق الجمهور في المعلومات، والعاملون في هذا القطاع ملزمون بإتباع هذه القيود لاستمرارهم وتحقيق الربح المنشود على خطى منطق النظام الرأسمالي وما تمليه هذه الثقافة.

إن تحليل المحتوى لتغطية السياسة الخارجية الأمريكية من قبل إدوارد هيرمان ونوم تشومسكي (1988) له جزء مستوحى من الاتجاه أو الدور الفعال للمحتوى، و جزء من الاتجاه الهيكلي أو البنيوي من خلال إصرارهم على محتوى وسائل الإعلام ورفضهم دراسة الأداء الملموس لوسائل الإعلام، ويشير البحث الفعال إلى وجود صلة بين هذا المحتوى والتحكم في العقل...يتكون هذا النموذج من خمسة متغيرات تعمل كمحددات في محتوى الوسائط، دون إيلاء أي اهتمام لكيفية عملها وهي: (1) حجم الشركات، وتركيز على الملكية وثروة المالك والأهداف الربحية لشركات الإعلام الجماهيرية المهيمنة؛ (2) الإعلان كمصدر رئيسي للدخل الإعلامي؛ (3) الاعتماد على المعلومات الواردة من الحكومات ومجتمع الأعمال والخبراء الممولين من المصادر الأولية ومن هم في السلطة؛ (4) التوبيخ (على الشقوق) كوسيلة لتأديب وسائل الإعلام؛ (5) معاداة الشيوعية كآلية دينية وسيطرة وطنية (لكن هذه المعاداة للشيوعية تقلصت بعد سقوط جدار برلين)²⁹.

ركزت النظرية النقدية في مجال وسائل الاعلام والاتصال على المحاور التالية: ³⁰

_ دراسة محتوى وسائل الاتصال على المستوى الكلي وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تعكس بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية.

_ تجاوز تحليل المحتوى التقليدي إلى الاهتمام أكثر بالبناء اللغوي والفكري للنص الإعلامي.

_ تجاوز مفهوم الجمهور الموحد والتأكيد على تباين تفسيراته للرسائل الاتصالية والإعلامية وفكه للرموز النخبوية، وعناده ومقاومته لها عن التطبيق.

تتبع طرق البحث في الاتصال السياسي مسارين: أولاً، الاعتراف بتشابك التأثيرات الاقتصادية والسياسية والإيديولوجية والثقافية في عمليات الهيمنة. ثانياً، الوعي الحاد المتزايد بأن موضوع أو

رسالة الاتصال هي الحلقة الأخيرة في عملية الاتصال والتي بدونها لا يكون للأطراف الآخرين أي معنا في هذه العملية .

تدخل التأثيرات المتنوعة في عمليات الهيمنة، بما في ذلك وسائل الإعلام، وصفه **دوغلاس كيلنر** في أطروحته "طبيعة وسائل الإعلام ودورها السياسي في الولايات المتحدة" (1990)... أن التناقضات بين الديمقراطية وعمل شركات التلفزيون؛ تسوده المصالح التجارية على المسؤولية العامة للتدبير بانتهاكات الحكومة... يشكل التلفزيون **لكيلنر** أداة للحفاظ على النظام الرأسمالي وأداة تسمح بالتعبير عن الصراعات الاجتماعية³¹ .

يزعم **هابرماس** أن التبادل العقلاني لوجهات النظر حول مسائل تخص المصالح العامة هو الذي يتيح فرض رأي عام واع، والرأي العام بدوره هو وسيلة المواطنين للضغط على الدولة وإقناعها³² . يشكل الاتصال السياسي دراسة الفضاء العام حيث تمارس نشاطات السلطة بجميع أشكالها ويشير إلى إدارة الطاقة القائمة على التبادل؛ التي تهم جميع أنواع الجهات الفاعلة السياسية المختلفة، من المواطنين العاديين إلى أهم الشخصيات السياسية وحتى الاقتصادية، وتجمعهم الرسائل السياسية.

3- علم اجتماع المنظمات، منظور بنائي (البنوية):

من سبعينيات القرن العشرين، أصبح الباحثون مهتمين بالممارسة الصحفية، بعد العمل على حراس البوابة، تركزت الأيديولوجية المهنية للصحفيين وخصائصهم الاجتماعية والديموغرافية على الاهتمام بعملية صناعة الأخبار . ينبثق المنظور البنائي من عدد متزايد من الأعمال، التي تشير إلى الفجوة بين الأخبار المثالية (من نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام) والأخبار التي تم إنشاؤها في غرفة الأخبار من المعلومات الواردة من مصادر لها موقع اجتماعي .

يوضح **Gaye Tuchman** كيف تشكل الأخبار موارد اجتماعية للمعرفة والقوة، والتي يحد البناء من فهم الحياة المعاصرة؛ يستخدم الصحفيون الرموز كما لو كانت حقيقة واقعة، ويعيدون توحيد الظواهر الاجتماعية، ويحددون كمصدر للمعلومات ، الأماكن المؤسسية التي يصفون عليها الشرعية، ويقللون من النقاش العام بسبب عدم قدرتهم على فهم الأفكار الجديدة التي يقدمونها باستخدام إطارات من التجربة الماضية أو حتى أخباراً ناعمة ويبقى التفكير النقدي نائماً وعلى نفس المنوال، يقوم **هربرت جانز و مارك فيشمان** بتحليل عمل المنظمات الإعلامية وشرح القيود التنظيمية عن طريق وضع وسائل الإعلام في سياق اجتماعي واقتصادي معين³³ .

خلاصة

احتل الاتصال السياسي مكانة كبيرة في الوقت الراهن ولا يمكن أن نخترل وسائل الإعلام عن السياسة و قد سلطنا الضوء على التطورات من خلال وضعها في سياقها ووضعها في منظورها من خلال

تحليل يجمع بين تفاعل الجهات الفاعلة وتطور الأفكار إلى ظواهر التأثير بجميع أنواعه، حيث يشير الاتصال السياسي إلى إدارة السلطة على أساس التبادل أين تمارس أنشطة السلطة بجميع أشكالها . ووسائل الإعلام هي أيضا فاعل سياسي في نقلها للقضايا السياسية وتأثيرها على الجمهور وتوسعها مع الراديو و التلفزيون والانترنت واستطلاعات الرأي، ويبقى تطور الاتصال السياسي مرتبط بالإقناع وجعل المتلقين يلتزمون بالخيارات السياسية المعروضة عليهم .

الهوامش :

- 1- المصالحة محمد حمدان : الاتصال السياسي الدولي ، مدخل نظري ونموذج تطبيقي ، دار وائل للنشر ، الطبعة الثالثة، الأردن، 2009، ص 55 .
- 2- André Gosselin **LA COMMUNICATION POLITIQUE** Cartographie d'un champ de recherche et d'activités Editions CNRS , la revue HERMÈS , n° 17-18, Paris (FRANCE) 1995 p 19/20.
- 3- André-J. Bélanger: **LA COMMUNICATION POLITIQUE, OU LE JEU DU THÉÂTRE ET DES ARÈNES** Université de Montréal la revue HERMÈS N° 17-18, 1995 p127/ 128.
- 4- Dominique wolton **LA COMMUNICATION POLITIQUE: CONSTRUCTION D'UN MODELE** , la revue Hermès, N° 4, fascicule thématique "Le nouvel espace public " CNRS editions , Paris(FRANCE) 1989 p30.
- 5- Dominique Wolton : **LES CONTRADICTIONS DE LA COMMUNICATION POLITIQUE** , la revue HERMÈS 17-18 Editions CNRS, Paris, 1995 P10.
- 6- Jean Mouchon: **LA COMMUNICATION PRÉSIDENTIELLE EN QUÊTE DE MODÈLE** ENS, Fontenay-St Cloud, la revue HERMÈS 17-18, 1995 P 193 / 194.
- 7- Dominique wolton **LA COMMUNICATION POLITIQUE: CONSTRUCTION D'UN MODELE** , ibid P 35.
- 8- Dominique Wolton : **LES CONTRADICTIONS DE LA COMMUNICATION POLITIQUE** Ibid P 109 /110 .
- 9- André Gosselin: **LA COMMUNICATION POLITIQUE** Cartographie d'un champ de recherche et d'activités CNRS Editions , la revue HERMÈS - n° 17-18 - COMMUNICATION ET POLITIQUEURI, Paris (FRACE) 1995 p 19.
- 10- بسام عبد الرحمن المشاقبة : **نظريات الاتصال** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2015 ص 175 .
- 11- نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي ، على فلاح الضلاعين ، ماهر عودة الشمالية ، محمود عزت اللحام : **نظريات الاتصال و الاعلام الجماهيري**، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الاردن ، 2016 ، ص 242 .
- 12- Anne-Marie Gingras : **La communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives** , Presses de l'Université du Québec Le Delta I , 2875Canada , 2003 , P 19.
- 13- Voir, Anne-Marie Gingras : ibid.

- 14- محمد بن سعود البشر : مقدمة في الاتصال السياسي . مكتبة العبيكان للنشر ، الطبعة الالكترونية الثانية ، الرياض ، 1429 هـ (2008 م)، ص 43 .
- 15- نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي.... : مرجع سبق ذكره ص 247 .
- 16-Voir, Anne-Marie Gingras : ibid.
- 17- نصر محمد عارف : استمولوجيا السياسة المقارنة النموذج المعرفي النظرية ، المنهج ، الطبعة الأولى ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع ، بيروت ، لبنان ، 2002 ، ص 270 .
- 18- Voir, Anne-Marie Gingras : ibid.
- 19- نضال فلاح الضلاعين و ... : مرجع سبق ذكره ص 245 .
- 20- محمد بن سعود البشر ، مرجع سبق ذكره ، ص 64 .
- 21- Anne-Marie Gingras : ibid, P 24.
- 22- Voir, Anne-Marie Gingras : ibid.
- 23- حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد : نظريات الاتصال المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة ، مصر ، أكتوبر 1998 ، ص 117 .
- 24-Anne-Marie Gingras : ibid, P 34 .
- 25- Anne-Marie Gingras : ibid, P37 .
- 26- Voir, Anne-Marie Gingras : ibid.
- 27- محمد عارف : مرجع سبق ذكره ص 316 / 317 .
- 28- Voir, Anne-Marie Gingras : Ibid .
- 29- Anne-Marie Gingras : ibid p 46.
- 30- بسام عبد الرحمن المشاقبة : نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015 ، ص 185 .
- 31- Voir, Anne-Marie Gingras : Ibid .
- 32- شوقي العلوي : آليات بناء النقاش العمومي حول المسائل السياسية في الصحافة المكتوبة الجزائرية ، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد 25 السداسي الأول جامعة الجزائر 3 2016 ، ص 132 .
- 33) Voir, Anne-Marie Gingras : Ibid .