

## الاتصال والسياسة: إشكالية العلاقة والالتباس المفاهيمي، أين يقف السياسيون من وسائل الإعلام التقليدية؟

فهد عكروش

المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية في الجامعة اللبنانية

[fahed.akroush@gmail.com](mailto:fahed.akroush@gmail.com)

### الملخص:

شكل الاتصال كمفهوم جديد قديم يحمل في طياته بذور التجدد المستمر موضع نقاش دائم وذلك بسبب غموضه ولارتباطه وامتداده إلى سائر المجالات الإنسانية مما جعله في موضع تعريفات متعددة ومتضاربة أحياناً وذات منطلقات مختلفة ومتناقضة. تسلسل الاتصال إلى السياسة وأصبح متلازماً معها إلى حد بعيد حتى صار جزءاً من ممارستها. تسعى هذه المقالة إلى تعقب مفهوم الاتصال باتجاهاته وحيثياته المختلفة بالإضافة إلى كشف أوجه العلاقة بين الاتصال والسياسة التي أفضت إلى مفهوم الاتصال السياسي وموقف السياسيين من هذه العملية واستخداماتها. تسلسل الاتصال إلى السياسة وأصبح متلازماً معها إلى حد بعيد حتى صار جزءاً من ممارستها. تسعى هذه الدراسة الوصفية التاريخية إلى تعقب مفهوم الاتصال باتجاهاته وحيثياته المختلفة بالإضافة إلى كشف أوجه العلاقة بين الاتصال والسياسة التي أفضت إلى مفهوم الاتصال السياسي وموقف السياسيين من هذه العملية واستخداماتها. ومدى تأثير التكنولوجيا التي أصابت عملية الاتصال برمته على الممارسات التقليدية التي كانت تتلازم مع العمل السياسي حتى بدايات القرن الحادي والعشرون.

الكلمات المفتاحية: الاتصال - السياسة - الاتصال السياسي - السياسيون - وسائل الإعلام التقليدية.

## Communication and Politics: The Problem of the Relationship and Conceptual Ambiguity, Where Do Politicians Stand in Relation to Traditional Media?

Fahed Akroush

Higher Institute of Doctorate in Arts, Humanities and Social Sciences at  
the Lebanese University

### Abstract:

Communication, as a new yet ancient concept that carries the seeds of continuous renewal, has been a subject of ongoing discussion due to its ambiguity and its connection to various human fields. This has resulted in multiple and sometimes conflicting definitions, each with different and contradictory foundations. Communication has infiltrated politics and has become closely intertwined with it, to the extent that it has become part of political practice. This article seeks to trace the concept of communication in its various directions and contexts, as well as to reveal the aspects of the relationship between communication and politics that led to the concept of political communication, including politicians' perspectives on this process and its uses. This descriptive historical study aims to explore the concept of communication in its various aspects, while also

DOI: <https://doi.org/10.36317/kja/2024/v1.i62.1758>

Kufa Journal of Arts by University of Kufa is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

مجلة آداب الكوفة - جامعة الكوفة مرخصة بموجب ترخيص المشاع الإبداعي 4.0 الدولي.



examining the impact of technology on the communication process as a whole, particularly regarding traditional practices associated with political work up to the early twenty-first century.

**Keywords:** communication - politics - political communication - politicians - traditional media.

## المقدمة

دائماً كان الاتصال موضع بحث ونقاش عميقين خصوصاً بعد أن ارتبط بشكل وثيق بالسياسة حتى بات أحد أبرز مشغلاتها وأدواتها والمعبّر الأساسي عنها مما طرح هذه العلاقة المستجدة على بساط البحث دون أن يقلل النقاش حولها حتى يومنا هذا لما فيها من استمرارية وتباين وتبادل.

"هل علينا الاستغراب أن معنى الاتصال السياسي مُلتبس، بما أن المفهومين الذين يتكوّن منهما الاتصال والسياسة هما مفهومان متعددا المعاني؟" طرح هذا السؤال جاك جيرستليه (Gerstlé, 2004, p.13) وأتى بمثابة اعتراف ضمني بإخفاق الباحثين في التوصل الى تعريف موحد وشامل للاتصال السياسي. فالاعتراف بالغموض الذي يحيط بهاتين الكلمتين يجب أن يكون بداية أية دراسة تختص بالاتصال السياسي.

لكن قبل اللوج الى دلالة مفهومي الاتصال والسياسة، هناك ملحوظة أولية يجب تسجيلها، ترتبط بالترجمة العربية للمصطلح الذي يُستخدم في الانكليزية والفرنسية (Communication) إذ لا يوجد إجماع حول استخدام "اتصال" أو "تواصل"، مما أوجد ألبساً وتداخلاً بين المصطلحين. لذلك توزعت الدراسات السياسية والإعلامية العربية بين ثلاث اتجاهات رئيسة: إستخدام الأول مصطلح "الاتصال"<sup>١</sup>، والثاني مصطلح "التواصل"<sup>٢</sup>، فيما الاتجاه الثالث استخدم المصطلحين معاً.

## في مفاهيم الاتصال: إجماع مفقود وأبس موجود

هذه الضبابية في الفضاء المفاهيمي لعلوم الإعلام والاتصال يرجعها محمد العوض الى ثلاثة عوامل أساسية وهي: الحداثة النسبية لظهور الإتصال كعلم قائم بذاته، وشدة التداخل بين مباحث علم الإتصال والعلوم الأخرى، وتسارع وتيرة التطور في مجال تقنيات ونظم الإتصال المعاصرة (العوض، ٢٠١١، ص ١١٠). رغم أن "الطبيعة الدينامية للعملية الاتصالية تصعب من عملية تعريف الاتصال"<sup>٣</sup>، إلا أن العوض يستخلص تعريفاً خاصاً بالاتصال: "هو وصف لعلاقة قائمة على نوع من الاستعداد الذهني بين شخص وآخر أو أكثر يسمح بتحقيق قدر من الاشتراك والتبادل والنقل للمدركات

والمواقف الشعورية أو الصور الذهنية باستخدام الحواس وامتدادتها التقنية من الوسائل الاتصالية المختلفة"<sup>٤</sup>. ويعبّر التواصل عن "غاية العملية الاتصالية والهدف الذي يبتغيه من يندفعون الى المشاركة في النشاط الاتصالي الانساني في الأحوال العادية، ومن ثم فإنه بمجرد بلوغ حالة

التواصل بين أطراف العملية الاتصالية يتحقق الاستقرار ويتهيأ ظرف أكثر إيجابية لإنجاح عملية الاتصال" (العرض، ٢٠١١، ص ١٠٧). مما يعني أن العوض أضاف عنصرين إلى مفهوم الاتصال ليصبح توصلًا، وهما التفاعل والاستمرارية. وفي هذا الصدد ترى مي عبدالله أن عنصر التفاعل متحقق في مفهوم "الاتصال". وهي تنطلق من ثلاثة معانٍ يجمع بينها جميعاً، التفاعل والقصد، أي التفاعل من أجل تحقيق هدف معين. الاتصال في المعنى المباشر، هو "تجربة أنثروبولوجية تختصر التاريخ والثقافة والمجتمع". ويحمل في معناه الثاني بعداً تقنياً، باعتبار أنه "مجموعة من التقنيات التي خرقت الاتصال المباشر التقليدي لتستبدله بحكم الاتصال عن بعد" أما في معناه الثالث فقد أصبح حاجة اجتماعية عملية (عبدالله، ٢٠٠١، ص ٣٦-٣٤). في المقابل يستخدم يحيى اليحيوي مصطلح "التواصل"، الذي يرى فيه بعداً تفاعلياً يقوم على التأثير في الناس، وغالباً ما يحيل إلى القرب. فيما الاتصال "يحيل على لغة الخطاب التي غالباً ما تكون ذات طبيعة عامودية وفوقية وإلى حد ما أبوية" (اليحيوي، ب، ٢٠١٣).

تشق كلمة الاتصال (Communication) بحسب جيرستليه (G.Gerstlé) من اللاتينية (Communicare)، وينصوي داخلها معنيين: "تقاسم ونقل أو إقامة علاقة تُخلد في الغموض الأبدي" (Gerstlé, 2004, p.13). في حين يعني هذا المفهوم بالنسبة لفرنسيس بال (F.Balle) "الفعل (Communicare) وردة الفعل (Communicas)" (Balle, 2011, p.27). أما فاروق بو زيد فيرجح مفهوم الاتصال إلى (Communis) ومعناه "مشارك"، ويفسر بأنه "عملية تبادل الأنباء والمعلومات والآراء والأفكار والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات" (أبو زيد، ٢٠٠٧، ص ٢١).

يذهب دومينيك ولتون (D.Wolton) إلى أبعد من عملية نقل المعلومات. إذ عرّف الاتصال بأنه "قيمة وإحدى أجمل التجارب الإنسانية لأنه مرتبط بمسألة الآخر، كما أصبح أيضاً صناعة وتجارة وأيديولوجية" (Wolton, 1995, p.9). إلا أن ولتون نفسه قد ميز بين مفهومين للاتصال: الاتصال المعياري (normative) المرتبط بمفهوم المشاركة والذي يسمح للأفراد بالتبادل لفهم أفضل ولمشاركة القيم والتاريخ، والاتصال الوظيفي (fonctionnelle) الذي ظهر في القرن السادس عشر ويعني القدرة على نشر ونقل الرسالة. ولأقت هذه الرؤية الثانية نجاحاً باهراً في المخيلة الجماعية، إذ يرتبط تاريخها باختراع آلة الطباعة. كما يرتبط الإتصال بأربع ظواهر وأبعاد أساسية: هو أولاً مثال للتعبير والتبادل الموجودين في أصل الثقافة الغربية وفي نهاية المطاف الديمقراطية. وهذا يفترض وجود أفراد أحرار ومتساوين. أما البعد الثاني فهو مجموع وسائل الإعلام الجماهيرية التي قلبت خلال قرن العلاقة بين الاتصال والمجتمع.

ويتمثل البعد الثالث من التقنيات الجديدة للاتصال، من الحاسوب والاتصالات السلكية واللاسلكية والتطور السمعي البصري، التي قلبت خلال نصف قرن شروط التبادل. أما البعد الرابع فيتمثل في القيم والرموز والتمثيلات التي تنظم سير العمل في الفضاء العام في الديمقراطيات، من خلال وسائل الاعلام واستطلاعات الرأي والحجج والخطاب، أي كل ما يسمح للمجتمعات المحلية بتمثيل نفسها للدخول في علاقات مع نفسها.

الغموض في مفهوم الاتصال كان نفسه في السياسة. فالسياسة "تغطي كل ما يتعلق بالحكم في مجتمع أو دولة، كفن وطريقة الحكم وتنظيم السلطات وقيادة الشؤون العامة وغيرها" (Dictionair Toupie)، وهي على سواء "أحد المساعي الأكثر قوة عند الإنسان ورمز لكل الطموحات والايديولوجيات والتنازلات" (Wolton, 1995, p.9). وعلى مدى عقود تطوّر مفهوم السياسة وتوسع، إذ كان التركيز أولاً على النشاطات الانتخابية والمشاركة في الأحزاب السياسية، لتتخطى السياسة النشاطات خارج البنية السياسية المؤسساتية الى مجموعات التحرك الاجتماعي والمنظمات والشبكات" (Brundin, 2008, p.24). وهذا ما جعل الاتصال يدخل في صميم العمل السياسي.

### الاتصال والسياسة: العلاقة غير الواضحة

على الرغم من اختلاف مفهومي "الاتصال" و"السياسة" من حيث الدلالة، فإن أحد مؤسسي الاتصال السياسي في فرنسا ميشال بونغران (M Bongrand) وصل الى خلاصة مفادها أن "السياسة تعني الاتصال، بهدف الوصول الى السلطة وممارستها وتبريرها للمواطنين" (Balle, 2011, p.807). هذه العلاقة الجوهرية بين الاتصال والسياسة تبناها بعض الباحثين الذين رأوا أن الاتصال ضرورة لممارسة السلطة، فهو "يسكن في قلب السلطة لأن تثبيت مقاليد الحكم أو الحفاظ عليها يتطلب الإقناع" (Gingras, 2003, p3). إلا أن وولتون شبه العلاقة "بالزواج الملتبس"، مع أفضلية للاتصال. "فالالاتصال في أسوأ معنى له يغلب السياسة ويسود عليها ويزعزع استقرارها. يكفي القول إن المصالح سادت على القيم وهذا مضاد للسياسة. فبدل أن يخدم الاتصال السياسة، أفسدها" (Wolton, 1995, p.9-10) وهذا ما حذر منه سيرج ألبوي (S.Albouy) إذ اعتبر أن السياسة التي عرّفها رولان بارت (R. Barthes) بأنها جسد من المشاكل والحلول، "مهتدة بأن يتم التضحية بها لصالح الاتصال" (Albouy, 1994, p.235). لكن وولتون نفسه في مكان آخر يقول إن "الاتصال لم يهضم السياسة، بل أن السياسة هي من تلعب على النمط الاتصالي". ومع ذلك "لم يعد ممكناً اليوم من دون مرآة رؤية خلفية" (Wolton, 1989, p.39). إن كان الاتصال قد أفسد السياسيين أو قتلهم كما عنون باستيان ميلو (B. Millot) كتابه: السياسيون... لماذا يقتلهم الاتصال؟ (Politique... Pourquoi la Com les tue?)، فإن السياسيين أنفسهم قد أدركوا أهمية الاتصال. ولذا حسم أرنو ميرسيه (A Mercier) الموقف قائلاً أن "السياسة تحتاج الاتصال في كل المستويات كي تتحقق: الأنثروبولوجي والحكومي والانتخابي والقيمي" (Mercier, 2008, p.7).

### إنطلاقاً من ذلك يمكننا الاستنتاج بأن:

- الاتصال في المستوى الأول هو إخراج للسلطة ومعنى لوجودها، فكل شيء يحدث كما لو أن على السلطة أن تعرض رموزها وتمثيلاتها لتستطيع ممارسة الحكم.
- يكتسب الاتصال في مستواه الحكومي شكل الدعاية. إذ أن الحكام يلجأون الى أساليب قسرية خدمةً لاستراتيجياتهم في الاتصال. لكن هذا الأسلوب لا يقتصر فقط على الأنظمة الشمولية التي

أرادت التحكم بالجمهور، بل لجأت إليه أيضاً الدول الديمقراطية خاصة في الحرب العالمية الأولى، كما في الحرب الأميركية على العراق.

- في المستوى الانتخابي ننتقل من مفهوم الدعاية (المستوى الحكومي) الى مفهوم التسويق بهدف إقناع المواطنين بالتصويت لصالح مرشح معين. كما أن السياسة قد "تأسنت" (اكتسبت بُعداً إنسانياً) في الظاهر لكنها "تخصصت" (انتقلت من الطابع العام الى الخاص).

- على المستوى القيمي، يستوعب الاتصال تبادل الحجج العقلانية بين الأفراد والأحرار والمتساوين. كما أن الاتصال المرتبط بمبدأ كائنا الاعلامي، بمعنى أن يكون عاماً وشفافاً، يشكل تأسيس لميثاق الديمقراطية وظهور الفضاء العام حيث يستند التعبير الحر الى سياقات تتضمن الاعتراف بالآخر.

رغم الاختلاف حول مفهومي الاتصال والسياسة، وحول طبيعة العلاقة التي تجمع بينهما، فإن السياسة من دون اتصال تتوقع على ذاتها وتبقى سجيبة النظريات. ومع خروج السياسة الى العلن، وظهور إختصاص "الاتصال السياسي"، اختلف الباحثون حول تعريفه وتاريخ نشأته. لكن هذا الاختلاف وُلد دراسات كثيرة وغنية تناولته في أكثر من جانب.

### الاتصال السياسي المفهوم والنشأة والموضوعات المتعددة

في كتابه "الاتصال السياسي" يرصد جاك جيرستليه (J, Gerstlé) تعريف الاتصال السياسي وفقاً لأربعة مفاهيم، الآلي والمسكوني والتنافسي والتداولي (Gerstlé, 2004, p.9-11) :

- يظهر الاتصال السياسي في مفهومه الآلي (Instrumentale) "كمجموعة تقنيات وعمليات متاحة للاعبين السياسيين من أجل إغراء وإدارة ومراوغة الرأي العام". ويعيب جيرستليه على المفهوم الآلي تشويبه لمفهومي الاتصال والسياسة ويفصلهما عن بعضهما البعض وإبراز الوجه التقني للاتصال والتلاعب للسياسة. إلا أنه في المقابل، يرى أن هذا المفهوم يعطي أهمية للخبرة وتقنيات الترويج من أجل ترَبِّع سيطرة الحاكمين على المحكومين.

- في المفهوم المسكوني (Oecuménique)، يبدو الاتصال السياسي كما وصفته بيبا نوريس (P. Norris) "عملية تفاعلية، تعني انتقال المعلومة بين السياسيين ووسائل الاعلام والجمهور، تجري هبوطاً من المؤسسات الحاكمة نحو المواطنين، وأفقياً بين اللاعبين السياسيين، وصعوداً من المواطنين نحو السلطات" (Norris, 2004, p.1).

- في المفهوم التنافسي (Compétitif) يعني الاتصال السياسي منافسة من أجل التأثير والسيطرة بفضل وسائل الاعلام وتصورات الجمهور عن الأحداث السياسية.

- يجعل المفهوم الرابع التداولي (Déliberative) من الاتصال السياسي دراسة يصعب الامساك بها لأنه يستند الى مفاهيم تحمل أكثر من معنى.

- كما أن الاتصال السياسي متعدد الأبعاد. في بعده البراغماتي (Pragmatique) يبدو الاتصال السياسي مثل مجموعة من ممارسات الاتصال الفعالة، وفي البعد الرمزي، يحدث التلاعب بالرموز بهدف اقناع المتلقين بمختلف صيغ الرسائل، وفي بعده البنيوي (Structurelle)،

يتطور الاتصال السياسي داخل القوات المؤسساتية والتنظيمية والاعلامية والعلاقات الشخصية (Ibid, p.17-23).

وإذا كان جيرستليه (J, Gerstlé) قد تحدث عن أربعة مفاهيم، لاسيما عن "الشيء المبهم" كما أسماه (Gerstlé, 2004, p.9)، فإن وولتون (D. Wolton) قد صاغ أكثر من تعريف أشهرها أن "الاتصال السياسي هو الفضاء العام الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتناقضة لثلاثة لاعبين لديهم الشرعية في التعبير علناً عن السياسة: السياسيون والصحافيون والرأي العام المتمثل باستطلاعات الرأي" (Wolton, 1989, p.32). ويرى وولتون أن لهذا التعريف خمس ميزات: فهو يوسع وجهة النظر التقليدية التي عكفت على دراسة العلاقة بين اثنين من اللاعبين فقط، بينما الخطابات الثلاثة تمثل الشرعيات الثلاث للديمقراطية: السياسة والاعلام والاتصال. وهو يبرز ثانياً أصالة الاتصال السياسي في إدارة الأبعاد الثلاثة المتعارضة والمتممة للديمقراطية الجماهيرية. وهو ثالثاً يعطي قيمة للسياسة ويبرز أن السياسة والاتصال مرتبطان جوهرياً، مع الحفاظ على الاختلافات الجذرية. كما أن هذا التعريف يبرز أن الجمهور ليس غائباً في عملية التفاعل. وهو أخيراً يذكّر أن الخطابات ليست كلها جزءاً من الاتصال السياسي، بل فقط تلك التي تشكل موضوعاً للصراع والتعددية.

لكن خطابات اللاعبين، كما يراها وولتون ذات طابع عدائي، وفي توتر دائم. إذ أن كل واحد منها يحتجز قسماً من الشرعية السياسية ويدعي أنه يفسر الحقيقة السياسية ويحاول اقضاء الآخر. تنتج هذه العدائية كون الخطابات الثلاثة لا تملك نفس الصلة بالشرعية والسياسة والاتصال. فشرعية الصحافيين مرتبطة بالمعلومة، بينما شرعية استطلاعات الرأي تأتي من النظام العلمي والتقني. أما الشرعية بالنسبة للسياسيين فهي ناجمة عن العملية الانتخابية (Wolton, 1989, p.32). لكن أن ماري جانغرا (A. Gingras) ترى أن "الاتصال في معناه السياسي يُمارس في كل الأيام وعبر طرق متعددة وليس فقط في الحملة الانتخابية، وهو يشكل دراسة الفضاء العام حيث تمارس ديناميات السلطة في جميع أشكالها" (Gingras, 2003, p.65). ويرى فينسان لوميو (V. Lemieux) أن الاتصال السياسي بمعناه الدقيق "يقوم على حركة الرسائل بين اللاعبين السياسيين والتي تسجل بشكل من الأشكال في عملية التنظيم، وهو يُفهم كونه سياسة أكثر منه إتصال" (Lemieux).

ومهما تعددت التعريفات، يبقى الدور الأساسي للاتصال السياسي بالنسبة لولتون هو "تجنب إغلاق السجال السياسي على نفسه" (Wolton, 1989, p.44). أما وظائف الاتصال السياسي، فيحصرها وولتون في ثلاثة وظائف هي: مساهمته في تحديد المشاكل التي يُظهرها السياسيون ووسائل الاعلام، تعزيز دمج السياسيين ووسائل الاعلام في السجلات من خلال ضمانه نوعاً من الشرعية للطرفين، وتسهيل استبعاد المواضيع التي تشكل موضوعاً للنقاش أو يحصل عليها إجماع مؤقت. هذا يعني أن الاتصال السياسي يتضمن فقط المواضيع التي تولد النقاشات والصراعات في المجتمع. أما تلك التي تلقى إجماعاً، لا يدرجها وولتون ضمن الاتصال السياسي.

وتعتبر نهوند القادري أن وظائف الاتصال السياسي هي "تبرير العلاقة بين الحاكم والمحكوم أو الإمساك بها، أو الملائمة بين الطرفين" (القادري، ٢٠٠٨، ص ١٦٢). هذه الملائمة تتم من خلال تبادل الرسائل وتبعاً لقانون مشترك بين الحكام والمواطنين وغامض بسبب التعقيدات التي طرأت على البنيتين الاتصالية والسياسية والتغيير الذي أصاب المجتمعات. فيما اعتبر باسكال لاردوليه (P. Lardellier) أن "التحدي بالنسبة للاتصال السياسي سيكون دائماً السلطة التي نريد الاحتفاظ بها، والاستيلاء عليها، وتدميرها في حال الدعاية الثورية" (Lardellier, 1997, p.89).

لم تمنع كل هذه التعريفات والوظائف التي أسندت للاتصال السياسي من تداخله مع التسويق السياسي، حتى أن البعض لم يُميز بينهما. هذا التداخل بين مفهومي "الاتصال" و"التسويق" السياسيين، رصده سيرج ألبوي (S. Albouy) في كتابه "التسويق والاتصال السياسي". لم يميز بعض الباحثين بين المفهومين، مثل رولان كايرو (R. Cayrol) في كتابه "الاتصال السياسي الجديد"، وثوفر (G. Thoveron) في "الاتصال السياسي اليوم"، إذ "جعلنا نعتقد أن الاتصال السياسي كما يراه ألبوي أكثر اتساعاً من التسويق السياسي لأن الأول يشمل كل ظواهر الاتصال بين الحاكم والمحكوم".

أما ريمي ريفيل (R. Rieffel) فيرى أن نموذج التسويق في الاتصال السياسي أدخل عدة تغييرات على تصرفات السياسيين وعلى علاقتهم مع وسائل الاعلام. فالسياسيون بدأوا يستخدمون تقنيات جديدة للاقناع يمكن اختصارها في خمس طرق هي: شخصية (Personnalisation) مداخلاتهم ونشر خصوصيتهم كنجوم ومسرحة (théâtralisation) أعمالهم واستخدام البلاغة الخطابية السياسية والاستخدام الكثيف لاستطلاعات الرأي (Rieffel, 2010, p.11-15).

ويمثل النموذج التسويقي عند غيل أشاش (G. Achache) مجموعة تقنيات آلية بامتياز، لكنه يحمل تناقضاً. فهو من جهة، النموذج المسيطر<sup>١</sup> في الاتصال السياسي، وفي الوقت نفسه لديه "صورة سيئة" بحسب تعبيره، لأن فكرته البسيطة شبيهة بالتسويق التجاري، وهي أن الناخبين يشتركون مرشحاً يُباع كالصابون. أما اللاعبين في النموذج، بين القرنين السابع عشر والثامن عشر، فهم "عقلانيون وأحرار متساوون، ولذا يُفضل هذا النموذج الخطاب على الصورة الواقعة تحت الشبهة دائماً ويغلب في النموذج الدعائي، الذي يمثل الوجه اللاهوتي"<sup>٢</sup> للسياسة، شكل الخطاب وجانبه الديناميكي على محتواه، مع وجود هرمية وعدم توازن في أدوار اللاعبين، إذ "هناك من يتكلم وآخرون يسمعون" (Achache, 1989, p.54-67).

يقول باسكال لاردوليه (P. Lardellier). إن "الرجل السياسي يعبر ليقنع جمهوره ويدفعه للتفكير مثله". غير أن الاتصال السياسي يتميز عند لاردوليه بملامح ثلاثة هي: أولاً براغماتي، وهو ثانياً قادر على التكيف، بمعنى أنه "انتهازي" ومتعدد الاستعمالات ويستفيد من التقنيات والحالات، وهو أخيراً "مكيفيلي" أي أن النتيجة تبرر الوسيلة (Lardellier, 1997, p.86).

هذا التنوع في التعاريف والوظائف للاتصال السياسي، يفضي الى تنوع في مستويات الاتصال السياسي. ويذهب برين مكثير (B. McNair) الى تحديد ثلاثة مستويات للاتصال السياسي وهي: كل أشكال الاتصال التي يقوم بها السياسيون واللاعبون السياسيون بهدف تحقيق أغراض معينة، والاتصالات التي يقوم بها غير السياسيين مع الناخبين أو قادة الرأي أو الإعلاميين، وأخيراً كل الاشكال الاتصالية التي تتم عبر لاعبين من قادة رأي وإعلاميين بما في ذلك تقارير الأخبار والحوارات والمناظرات والنقاشات التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية حول الحياة السياسية (شمس الدين، ٢٠١٣، ص ٣٧).

### نشأة الاتصال السياسي

افتتحت آن ماري جانغرا (A. Gingras) مقدمة كتابها "الاتصال السياسي" بطرحها سؤال "هل من الممكن أن نحدد تاريخ ولادة الاتصال السياسي؟" (Gingras, 2003, p.3). اختلف الباحثون حول بدايات الاتصال السياسي. أعاده لاردوليهيه إلى مصر واليونان من خلال البلاغة، قبل أن تنضج لاحقاً في مرحلة الحروب الدينية والاصلاحات، حيث ظهرت الطباعة (Lardellier, 1997, p.87). تحتفظ جانغرا بتقسيمها الخاص، إذ على الرغم من التأمّلات قبل آلاف السنين حول الاتصال السياسي، إلا أن بداية هذا الاختصاص الحديث تُورّخ منذ سبعينات القرن الماضي، مع الاخذ بالاعتبار فترة الحربين العالميتين التي أجريت فيها الكثير من الابحاث (Gingras, 2003, p.4-5).

وإذا كانت أعمال مدرسة فرانكفورت ضمن الدراسات الأولى التي ربطت وسائل الاعلام الجماهيرية والسياسية، فإن الاعتراف الرسمي بالاتصال السياسي أتى عام ١٩٧٣، في حين ولدت أقسامه في الوقت عينه مع الجمعية الدولية للاتصالات (IAC)، والجمعية الأميركية للعلوم السياسية (AAPS).

غير أن النشأة الفعلية للاتصال السياسي كعلم كانت قبل ذلك بحسب فتحي شمس الدين. في خمسينات القرن الماضي وتحديدًا عام ١٩٥٦، ذُكر مصطلح "الاتصال السياسي" لأول مرة كحقل مستقل ترافق ذلك مع ظهور كتاب بعنوان "السلوك السياسي" لهاينز أولو (H. Eulau)، يناقش التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن (شمس الدين، ٢٠١٣، ص ٢٤). ويرى بعض الباحثين أن بداية اختصاص الاتصال السياسي لا يحدده بالضرورة ظهور لفظ "الاتصال". اعتبر ثوفيرون في كتابه "الاتصال السياسي اليوم"، أنه حتى ولو لم تلفظ كلمة اتصال (Communication)، فإن روحها موجودة من خلال "البروباغندا" التي اقترنت بالعملية السياسية (Thoveron, 1990, p.13-16).

أما جاي بلامبر ونديس كافانوغ (J.Blumber, D.Kavanaugh) قاما بتقسيم الاتصال السياسي الذي "أخذ مكاناً في الديمقراطية الغربية في النصف الأخير من القرن الماضي" الى ثلاث حقبات: الأولى قبل بداية التلفاز ومع قنوات الاتصال البدائية مثل الاحزاب، كان شكل الاتصال أيديولوجياً. في المرحلة الثانية انتقلت الرسائل عبر الاتصال الجماهيري الذي رافقه

الطلب المتزايد على محترفي الاتصال. يصبح الاحتراف في الاتصال السياسي في المرحلة الثالثة أكثر وضوحاً. إلا أن التحديات الاتصالية في هذه المرحلة تقاومت لأن عملية الاتصال بأكملها قد تسارعت (Maarek, Wolfsfled, 2003, p.3-4). ومن منطلق نادو وباستيان (F.Bastien, R.Nadeau)، إن الاتصال السياسي قيل أن يصبح حقلاً لدراسة مختصة، كان موضوع بحث في اختصاصات متنوعة. (Nadeau, Bastien, 2003, p.164). لكن مهما تعددت الحقب التي مر بها الاتصال السياسي حتى الآن، فانبثاقه كظاهرة مهمة بحسب دومينيك ولتون هو "بكل بساطة عند تحقق عملية مزدوجة من الديمقراطية والاتصال التي بدأت منذ قرنين، مما وفر نسخة مطابقة عن المثال السياسي الديمقراطي للقرن الثامن عشر في فضاء عام موسع حيث يمتلك مختلف الشركاء وضع الشرعية" (Wolton, 1989, p.31). إن اختلاف الباحثين حول نشأة الاتصال السياسي كما حول مفهومه، لا يلغي حقيقة التطور في دراسات الاتصال السياسي. عكس هذا التطور تنوعاً في النظريات والمواضيع، إضافة إلى الاحترافية في حقله.

ربما تكون الاجابات عن أسئلة هارولد لاسويل (H.Lasswell) من يقول؟ ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ جزءاً من المواضيع التي تناولها الاتصال السياسي، كدراسات المتصل (هويته وخلفيته والغاية من اتصاله) والمتلقي (سلبى أو إيجابى ضمن بيئته) والرسالة المرسله (المحتوى والشكل والوضوح والترميز والبنية) وتأثيرها (مباشر أو غير مباشر، محدود أم بعيد المدى). والوسيلة التي يستخدمها المتصل (شكل القناة والعوامل المتحكمة في الاختيار والتشويش المرافق). غير أنه بالنسبة لميرسييه (A.Mercier) فإن الاتصال السياسي يندرج في برنامجين هما: دراسة التفاعلات بين النظام السياسي في معناه العام ووسائل الاعلام، ودراسة عمليات وتقنيات الاتصال التي يستخدمها النظام السياسي" (Martin, 2011, p.8).

وترى نوريس (P.Norris) أن دراسات الاتصال السياسي تقسم وفق الانتاج والمحتوى والتأثير. في الانتاج حيث القائمون بعمليات الاتصال ركزت معظم الاعمال على كيفية إنشاء الرسائل من اللاعبين السياسيين مثل الأحزاب وجماعات المصالح ومن ثم نُقلت الى قناة مباشرة مثل الاعلانات السياسية وغير مباشرة مثل الصحف والراديو والتلفزيون. وركزت عدة دراسات على زيادة الاحتراف في عمليات التسويق السياسي وصعود طبقة من المستشارين السياسيين واستطلاعات الرأي. وركزت بعض الدراسات في أوروبا على تغيير هيكل صناعة الأخبار لاسيما الأسس الاقتصادية لصناعة الصحف والبنية القانونية التي تنظم البث والصحافة. أما دراسات المحتوى، فاستخدمت بشكل كبير منهجية تحليل المضمون، بينما كانت دراسات التأثير غزيرة، وشملت نظريات تأثير وسائل الاعلام على الجمهور (Norris, 2004, p.1). في المجمل هدفت هذه الدراسات المختلفة حول الاتصال السياسي الى الاحاطة بالاختصاص الجديد من جوانبه كافة.

هكذا، لا سياسة من دون اتصال. أي خطاب سياسي يبقى محدوداً من دون وسيط يقوم بنقله من السياسي الى المواطن. من هنا يصبح مهماً البحث في العلاقة بين السياسيين والناقلين، ودور كل

منهما والضغوطات التي يمارسها كل طرف تجاه الآخر. فوظيفة الاعلام في عملية الاتصال السياسي في المحدد الأول لهذا الشكل من الاتصال. إذاً هل ارتقت وسائل الاعلام لتكون أداة رقابية فاعلة لها تأثير على سياسة السلطات التشريعية والتنفيذية، أم تشبه أداة التحكم عن بعد، مهمتها فقط اظهار ما يرغب به السياسيون، أم أنها في أفضل أحوالها اكتفت بدور "ساعي البريد" الذي يكتفي بنقل الرسالة ثم يرحل؟

### السياسيون والإعلام التقليدي: التبادل والتأثير

"نحن هنا بفضل وسائل الإعلام"، قد يكون عنوان هذا الكتيب الذي أصدره مستشار الرئيس الفرنسي الأسبق نيكولا ساركوزي، تيري سوسي عام ١٩٩٠ (T.Saussez)، أفضل تعبير عن المكانة التي تحتلها وسائل الإعلام في الحياة السياسية. وسائل الإعلام هذه كانت مجال بحث لكثير من الدراسات. وقد شكّل كتاب "من أجل فهم وسائل الإعلام" لمارشال ماكلوهان (M.Mcluhan) عام ١٩٦٤ نقلة نوعية، إذ لفت النظر الى العلاقة بين المجتمع وطبيعة وسائل الاعلام. وقد أثارت عبارته الشهيرة "الرسالة هي الوسيلة"، الجدل بين رافض ومؤيد لها. بالنسبة لماكلوهان، لم يعد مُهماً ما تحتويه الرسالة (ماذا يقول؟ بحسب لاسويل) بل الطريقة التي نُشرت فيها الرسالة (بأية وسيلة). وهذا يعني أن وسائل الإعلام بعيدة عن الحيادية وتحدد طرق التفكير. كما صنّف عالم الاجتماع الكندي وسائل الإعلام وفق قسمين هما: حارة (السينما والراديو) وباردة (التلفزيون). غير أن تصوّر فرنسيس بال (F. Balle) يختلف حول تصنيف وسائل الإعلام. صحيح أن هذه الأخيرة هي قبل كل شيء أداة وتقنية أو وسيط يسمح بالتعبير والاتصال مع الآخر. ولكنها تُصنّف وتختلف من حيث استخدامها وجمهورها الفعلي أو المحتمل وأهدافها إن كان الإخبار أو التأثير أو الإقناع أو الترفيه، ومن حيث طرق الاتصال. مما يضعنا أمام تصنيف جديد لوسائل الإعلام على الشكل التالي: وسائل مستقلة (Automomes)، ووسائل النشر (Diffusion)، ووسائل الإتصال (Balle, 2011, p.9). وفي مراحل عدّة، طرأت على الحياة السياسية تغييرات عديدة، وكانت وسائل الإعلام أبرز عوامل التغيير. وإذا كان الإتصال السياسي ثمرة للتلفاز واستطلاعات الرأي والإعلانات أو ما أسماه رولان كايرول (R. Cayrol) "الثالوث المقدس" (Thoveron, 1990, p.16)، فإن أول وجه من أوجه الارتباط بين الاعلام والاتصال السياسي كان أعلّمة (Médiatisation) الحياة السياسية. وهذا يعني أن السياسة لم تعد قادرة على التعبير عن نفسها دون الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام مهما كان شكلها وطبيعتها عملها. "السياسيون يخضعون بلا جدل الى ضغط الأحداث ووسائل الاعلام. وهم مجبرون على الإجابة على التماس الإعلاميين، بالذهاب الى استديوهات الراديو والتلفزيون، وبتأسيس صورتهم أخذين بالاعتبار نتائج استطلاعات الرأي" (Rieffel, 2010, p.16). وحاجة السياسيين الى الاستعانة بوسائل الاعلام في اتصالاتهم السياسي، برزت في أوقات السلام كما في الحروب. ويشير بال (F. Balle) في مقدمة الطبعة الخامسة عشر من كتابه "وسائل الاعلام والمجتمع" الى أن تغيير اتجاه العالم يتزامن غالباً مع وسائل الاعلام (Balle, 2011, " )

(p.693-697). ومن الأمثلة التاريخية للدلالة على ارتباط التغيير بمستوياته كافة بوسائل الاعلام ما يلي: بالنسبة لنادو وباستيان (Nadeau, Bastien) يعود الاتصال الى الألف الرابع قبل الميلاد مع بداية الكتابة. وهو أول نمط اتصالي بعد استخدام الصوت. وقد خلقت التغييرات الاجتماعية وتطور التجارة النظام الأول للكتابة الأبجدية قبل ألف سنة قبل الميلاد، يُضاف إليه نمط اتصالي ثانٍ هو البلاغة، حتى القرن الخامس عشر، إلى أن جاءت الطباعة ومن ثم الراديو في بداية القرن العشرين. وهو ما يدل على قدوم الاتصال الجماهيري (التقليدي) الذي يتسم بأربعة ميزات هي: مُأعلم (Mediatisé). وهو اتصال باتجاه واحد، حيث المُرسِل يرسل رسالة الى عدد من المتلقين دون أن يحصل مباشرة على ردود فعلهم، وهو اتصال جماعي، وهو أخيراً اتصال متزامن لأن تقنيات الإتصال تسمح لكل المتلقين بالحصول على الرسالة في الوقت نفسه وأحياناً كثيرة، بسبب النقل المباشر، في اللحظة نفسها التي يعبر فيها المرسل (Nadeau, Bastien, 2003, p.162-163).

يتبنى ثوفيرون (Thoveron) البنية الثلاثية لوسائل الإعلام. هناك ثلاثة صور متعاقبة منذ القرن التاسع عشر حتى القرن الواحد والعشرين: عصر صحافة الرأي وعصر صحافة المعلومات وعصر الاستعراض. هذا التقسيم يشبه الى حد كبير رؤية نوريس (P. Norris) التي تحدثت أيضاً عن ثلاثة عصور:

- عصر ما قبل الحداثة: حيث كانت الحملات الانتخابية تُدار في المستوى المحلي أي من الأحزاب والمساندين الذين كانوا مصدر المعلومة السياسية من خلال المناشير والاجتماعات والصحافة الحزبية.

- عصر الحداثة: شكّل الاعلام المستقل (الصحافة والتلفاز) المحور الأساسي للحياة السياسية. في هذه الحقبة أصبحت الحملات تجري على الصعيد الوطني في وسائل الإعلام التعددية التي أزاحت الصحافة الحزبية.

- في عصر ما بعد الحداثة، أزاحت التكنولوجيا الجديدة للمعلومات ووسائل الإعلام الكلاسيكية، وجعلت الحملات لامركزية من أجل تكييف الرسالة مع كل ناخب (Delwit, Pilet, De Decker, 2005, p.20).

ولم يعد ممكناً للسياسيين أن يتجاهلوا الدور الذي تؤديه وسائل الاعلام. ويعرّف التقرير الصادر عن البرنامج الدولي لتطوير الاتصال في منظمة الأونيسكو تحت عنوان: "مؤشرات تنمية وسائل الإعلام: إطار لتقييم تنمية وسائل الإعلام"، وسائل الإعلام بأنها "أداة راصدة للحكومة في كل أشكالها، تعزز الشفافية في الحياة العامة وتدقق في كل من هم في السلطة من خلال كشف الفساد وسوء الإدارة". وإذ من الممكن اعتبارها منصة للديمقراطية، فإنها يمكن أيضاً أن "تولّد الشك والخوف والتمييز والعنف وذلك عبر تعزيز النمطية وإثارة النزعات بين الجماعات وإقصاء بعض المجموعات عن الخطاب العام" (بوديفات أندرو وآخرون، ٢٠٠٨، ص ٣٥).

كانت واضحة أيضاً "المخاوف" التي أثارها دور وسائل الاعلام في العملية السياسية، بالنسبة لفرنسوا- برنار هويغ (F. Huyghe) في مقاله تحت عنوان: "السلطة السياسية في مواجهة

السلطة الرابعة"، كانت العلاقة مع الصحافة المكتوبة في البداية مدرجة تحت مصطلح الخضوع أو النقد، وكان واضحاً أن الإعلام يؤدي دوراً ثانوياً بالنسبة للسلطة السياسية التي تعطي الأوامر. إلا أن هويغ يرصد ثلاثة تحولات جوهرية غيرت طبيعة هذه العلاقة: التغيير الأول أصاب العلاقة بين الحدود السياسية أو الإعلامية بالمعنى الجغرافي. فالجغرافيا كانت في البدء هي من تتحكم بتدفق المعلومات (عدم قدرتها على عبور الحدود). ومنذ الحرب العالمية الثانية، تكثف استخدام الراديو في حروب التحرير أو السيطرة على الأراضي. كما ظهرت وسائل الإعلام الموجهة إلى الشعوب الأجنبية، بدءاً من الحرب الباردة مروراً بحروب الخليج وأفغانستان. أما التغيير الثاني فكان اعتماد الطبقة السياسية على الاستعراض وصرف الأموال الطائلة على الحملات الانتخابية، وشخصنة الاتصال السياسي. أما التغيير الثالث فيختصره هويغ بجملة "أنه زمن كل شيء إعلامي"، حتى المواطن أصبح صحافياً، وكل شخص يمكن أن يطرح رأيه بحرية (Huyghe, 2010, p.15-20).

وتحت عنوان "التحول في السياسة تحت أنظار وسائل الإعلام" يرصد الباحثون العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسية وفق مقاربتين. تناولت الأولى ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في النظام السياسي: الوظيفة الأولى الأكثر وضوحاً هي "الإخبار". إذ أن الصحافة والتلفزيون يخبران المواطنين بما تم اقتراحه وإقراره من المسؤولين السياسيين. أما الوظيفة الثانية فهي أن وسائل الإعلام تتلقى وتعيد البث وتحفز النقاش العام. وتصبح الصحافة والتلفزيون بدلاً عن البرلمان، مكاناً مميزاً أو مفضلاً يتم فيه الجدل بين الخصوم السياسيين. أما الوظيفة الثالثة فهي أن وسائل الإعلام لا تكتفي بنقل المعلومة السياسية، بل تنتجها. وبهذا المعنى فإن وسائل الإعلام هي صانعة للرأي العام.

تختزل المقاربة الثانية تأثيرات وسائل الإعلام على الحياة السياسية. بعض الدراسات تحدثت عن الثقل المتزايد لوسائل الإعلام ودورها في تطوير الطريقة التي يعمل بها السياسيون. أصبحت الأحزاب السياسية أكثر مهنية مع ظهور المستشارين الإعلاميين والمختصين في الاتصال والتسويق والاستعانة باستطلاعات الرأي، مما شخصن الحياة السياسية (Delwit, Pilet, De Decker, 2005).

اعتماد السياسييين على التلفزة يبرزه أرنو ميرسييه تحت عنوان "مشاكل سياسية واجتماعية، التلفاز والسياسة". فقد شكّل التلفاز خطاب السياسييين ووجه استراتيجياتهم الاتصالية وحول اللعبة السياسية من خلال جذب السياسييين إلى نصائح المستشارين في الإتصال. لذلك فإن السياسييين أصبحوا أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام التي تستطيع اقناع الناخبين بتغيير تفضيلاتهم السياسية<sup>١٢</sup> (Mercier 2004). إلا أن علاقة الاعتماد المشترك والتأثير المتبادل بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام التقليدية لا يمكن اختزالها في شكل واحد، بل يحكمها أكثر من معيار، أبرزها طبيعة الأنظمة الإعلامية والقوانين الضابطة لها، وطبيعة الأنظمة السياسية والإقتصادية والاجتماعية والتطور التكنولوجي، وإن كانت هذه المعايير غير متساوية في قوة التأثير.

فالسطة السياسية في الأنظمة البعيدة عن الديمقراطية قد هيمنت على وسائل الإعلام لتبرير شرعية وجودها في الحكم بنظر المواطنين، وتقوية موقعها تجاه خصومها. فأصبح الإعلام أداة بيد السلطة، ناطقاً باسمها، يبرر أفعالها وقراراتها وينتقد معارضتها. كما أصبح الوصول الى المعلومات أو حجبها أو الافراج عنها أو "فلترتها"، حكراً على السلطة. فتحول فعل الاتصال السياسي هنا الى مجرد فعل دعائي في خدمة السلطة. غير أن الإعلام هنا لا يأخذ شكلاً رسمياً فحسب، بل قد يكون خاصاً من حيث الموارد المالية، عاماً في توجهاته السياسية. وقد فتحت علاقة الهيمنة هذه، الباب على دراسات حول البروباغندا وتأثيراتها. أما في الأنظمة التعددية، قد يأخذ الإعلام موقعاً مستقلاً غير مرتتهن لخيارات السلطة السياسية لكنه يخضع لإعتبارات يحددها الممولون مع أن ذلك لا يمنعه من تأدية دور المراقبة والنقد. فلم تعد السلطة تمسك بالإعلام، بل أنه هو من يراقبها وينتقدها. هذا الشكل من العلاقة، طرح الإعلام كسلطة رابعة إلى جانب السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، كما عزز الدراسات حول نظريات الرأي العام ووضع الأولويات في الأجندة السياسية.

نستج من كل ذلك أن علاقة وسائل الإعلام التقليدية بالسلطة السياسية لم تأخذ شكلاً واحداً. فهيمنة أي طرف على الآخر يمكن أن يحدث تغييراً أو انقلاباً في شكل العلاقة. فلم يعد مستغرباً أن تأخذ دراسة نظريات التأثير إتجاهين هما: تأثير الطبقة السياسية على وسائل الإعلام، وتأثير هذه الأخيرة على العملية السياسية. ولذا يُطرح السؤال مزدوجاً: ماذا فعل الإعلام بالسياسة وماذا فعل السياسيون بالإعلام؟

يفقد إيف بوارمور (I.Poirmeur) التغييرات التي طرأت على سوق الإتصال السياسي في ظل الاتصال التقليدي. "فأعلمة الحياة السياسية، بما تعنيه من ضرورة أن يكون السياسي مرئياً ومسموعاً وأن يخلق أحداثاً تثير فضول الصحافيين، غيرت شروط ممارسة ومحتوى النشاط السياسي"، من خلال اخضاعه للقيود الاقتصادية والأيدولوجية الخاصة بالمؤسسات الإعلامية. وقد انعكس هذا الأمر على جانبين هما: اعادة تعريف مهنة الرجل السياسي في المشهد الإعلامي. من اجل ذلك، هناك أربعة مطالب ضرورية يجب أن يخضع لها السياسي وهي: "السرعة والإيجاز، والبحث عن الأصالة المميزة والبساطة والشخصنة التي تتجلى في إعطاء السياسي الانطباع بالشفافية والحقيقة والدخول في الحياة الخاصة كشخص طبيعي. أما الجانب الثاني، فإن التبادل السياسي أصبح تجريبياً ومصطنعاً" (Poirmeur, 1991, p.124).

تأثير وسائل الإعلام في السلطة طرحه أيضاً كريستيان ديلبورت (C. Delporte). إذ اعتبر أن "أعلمة" السياسة هي أبرز أوجه هذا التأثير. ولكن حتى وإن لم تستطع وسائل الإعلام تغيير السلطة، فهي على الأقل ساهمت في تغيير الأسلوب السياسي مما جعلها حاسمة في عملية التغيير الديمقراطي". ولكن ديلبورت يطرح السؤال بصيغة مضادة أيضاً: هل غيرت السلطة وسائل الإعلام؟ بالنسبة له، أهم التغييرات كانت الخصخصة في وسائل الإعلام التي ضاعفت عدد القنوات وجزأت الجمهور وانتقلت من أحادية السيطرة على وسائل الإعلام الى التعددية (Delporte, 2010, p.25-32).

بكل الأحوال مهما كان شكل العلاقة بين السياسيين ووسائل الاعلام التقليدية، تعاوناً أم تنافساً، ولأي طرف انحازت، غير أن وافداً جديداً دخل عالم السياسة من البوابة الإلكترونية، لم يعد بإمكان كلا الطرفين تجاهل وجوده. بذلك يبقى النقاش مفتوحاً دون أي ضوابط في المدى المرتقب حول ماهية هذه العلاقة وأفقها في ظل تدفق تكنولوجيا غير مسبوق وغير مشروط مما يتيح المزيد من التكهّنات والاحتمالات والضبائبة.

### المراجع:

- أبو زيد، فاروق، (٢٠٠٧)، "الإعلام والسلطة، إعلام السلطة وسلطة الإعلام"، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة.
- القادري عيسى، نهوند، (٢٠٠٨)، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على تخوم التفكيك"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت
- العوض، محمد باكر، (٢٠١٢)، "الإعلام والمعلومات، الإتصال والتواصل، إشكالية المفهوم في بحوث الاتصال العربية"، مجلة الاذاعات العربية، العدد ١، ص ٩٩-١١٠.
- عبد الله، مي، (٢٠٠١)، "الاتصال في عصر العولمة والتحديات الجديدة"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، بيروت.

### References

- Achache, G., (1989), «Le marketing politique», In Mercier, A. (coord), «La communication politique», (2008), Les Essentiels d Hèrmes, CNRS Editions, p.53-68.
- Albouy, S., (1994), «Marketing et communication politique», Harmattan.
- Balle, F., (2011), «Médias & Société», Presse- Cinéma – Radio – Télévision – Internet, Montchrestien, 15 édition.
- Brundin, P., (2008), «Politics on the net, NGO practices and experiences», Örebro Studies in Political Sciences 21, mémoire online.
- Delwit, P., Pilet, J., De Decker, N., (2005) «Transformation du politique sous le regard des médias», Recherches en communication, no 24, p.19-31.

- Delporte, C., (2010), «Pouvoir et médias sous la v République: Le jeu des influences réciproques», In «Géopolitiques», revue de l'Institut International de Géopolitique, Médias et pouvoirs dans le monde, no 108, p. 25-32.
- Gingras, A. (sous la dir.), (2003), «La communication politique, Etat des savoirs, enjeux et perspectives», Presses de l'Université du Québec.
- Huyghe, F., (2010), «L'autorité politique face au quatrième pouvoir», in «Géopolitiques», revue de l'Institut International de Géopolitique, Médias et pouvoirs dans le monde, p.15- 20.
- Lardellier, P., (1997), «Communication et Pouvoir: Les liaisons dangereuses», In «Communication et langages» no 112, p.85-95.
- Maarek, P., Wolfsfeld, G, (2003), Introduction, In «Political Communication in a New Era: A Cross-National Perspective», Routledge Reaserch in cultural and media studies, London, first published, p.1-6.
- Martin, A., (2011), «Communication politique et Internet», Master II, «Marketing, Communication et Stratégies commerciales», Insec, Option marques, mémoire online.
- Mercier, A., (2004), «Problemes politiques et sociaux, télévision et politique la documentation francaise», N 900- Mai.
- Mercier, A., (2008), «Présentation générale: Repérage de la communication politique», In Mercier, A. (coord), «La communication politique», Les Essentiels d'Hermès, CNRS Editions, p.7-27
- Nadeau, R., Bastien, F., (2003), «La communication électorale», in Gingras, A. (dir), «La communication politique, Etat des savoirs, enjeux et perspectives», Presses de l'Université du Québec, p.161-188.
- Norris, P., (2004), «Political Communications», the Encyclopedia of the Social Sciences, Harvard University, accessed 26 October 2013.

- Poirmeur, Y., (1991), «Marché de la communication politique et mutation de la vie politique», In Rangeon (dir) la communication politique, Puf, p.115- 133.
- Rieffel, R., (2010), «Sociologie des médias», 3e édition, Ellipses, Paris.
- Wolton, D., (1995), «Avant propos. La communication politique. Entre l'impensé, les aprioris et les typologies», Hermès, Communication et politique, no 17-18.
- Wolton, D., (1989), «La communication politique: construction d'un modèle, In. Mercier A (coord), (2008), «La communication politique», p.29-52.

## الهوامش

- ١ نستحضر هنا دراسة "الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي" لعبد الغفار الرشاد (٢٠٠٧)، "الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية" لصفوت العالم (٢٠٠٥)، "مقدمة في الاتصال السياسي" لمحمد بن سعود (٢٠٠٠)، "الاتصال السياسي" لفتحي شمس الدين (٢٠١٣).
- ٢ مثل دراسة "التواصل السياسي والتسويق الانتخابي" لمصطفى المريط (٢٠١٠). لكن معظم هذه الدراسات في المجال الاعلامي تعنى بشبكات التواصل والاعلام الاجتماعية، أو خارج المجالين الاعلامي والسياسي في مواضيع تختص بالتواصل اللغوي والتواصل مع الاخر
- ٣ ينقل العوض عن محمد علي شمو أن التعريف يقتضي بالضرورة التجديد والتوقف وهو أمر يتعارض ومفهوم الاتصال كعملية (Process) لذا يجب وصف الاتصال وليس تعريفه.
- ٤ يعتبر العوض أن أشهر تعريف للاتصال هو لتشارلز كولي (C.Cooley) عام ١٩٠٦: "الميكانيزم الذي توجد من خلاله العلاقات الانسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان".
- ٥ يفسر العوض الاستعداد الذهني بوجود إطار دلالي مشترك أو إطار من الخبرة المشتركة بين الاطراف من العملية الاتصالية واستخدام مهارات الاتصال الأساسية والمكتسبة كالسمع والكلام والقراءة، ومهارات التعامل مع التقنيات الحديثة. أما الاشتراك يعني إيجاد أو التحقق من مستوى المعرفة المشتركة بين أطراف العملية. أما النقل يعني انتقال المعرفة من طرف الى آخر لتحقيق مقاصد معرفية مثل الإخبار والاعلام والتعليم، مع العلم أن للاتصال وظائف أخرى مثل الترفيه والتسلية وغيرهما.
- ٦ معظم تقارير اليحياوي الموجودة على موقعه الشخصي (elyehyaoui.org) تضمنت مفهوم "الاتصال". وقد جمع اليحياوي بين مفهومي الاتصال والتواصل في مقالات عديدة مثل مقال "إشكالية الإتصال السياسي" (2013) حيث وردت كلمة تواصل ١١ مرة واتصال ٦ مرات.

٧ يعرض (Dictionnaire Toupie) المراحل التي مرّ بها مفهوم السياسة في العالم الغربي: عند اليونانيين القدماء (politicos) كانت تعني العلم الذي يبحث عن تصور للنظام المثالي. واقتصرت في العصور الوسطى على الأمراء للحفاظ على مصالحهم. بينما السياسة عند ميكافيلي (Machiavel) تعني كيفية الحفاظ على القوة ومضاعفتها. في القرن السابع عشر كانت سياسة "الأمير" تعني نظرياً مصلحة الدولة. في القرن الثامن عشر. فقد العاهل احتكار السلطة، وانتشرت السياسة في جميع الشؤون العامة. وفي الثورة الفرنسية، ارتبط العمل السياسي بالأمة. أما في القرن التاسع عشر، فقد برزت الأحزاب السياسية، وكانت نهاية الحق الوراثي وديمقراطية المؤسسات.

٨ يتحدث أشاش (G. Achache) عن ثلاثة نماذج للاتصال السياسي: تسويقي ودعائي وحواري.

٩ يعود أصل لفظة بروباغندا الى الكنيسة (Congregado de la Propaganda Fide)، إلا أنه فقد معناه الديني في بداية القرن العشرين

١٠ يدعم ثوفرن (Thoveron) حجته بأمثلة عديدة: عام ١٩٥٠ ظهر كتاب لجان ماري دوموناك (J. Domenack) بعنوان "البروباغندا: القوة السياسية الجديدة"، ورأى فيه أن البروباغندا تسود العالم ولديها مكانها الرسمي في كل الدول، وهي موجودة الى جانب العدالة والاقتصاد والشرطة، لكن الهدف الشمولي للبروباغندا حسب ثوفرن، قاد الى الاحتراس منها. كما أن المظهر التجاري للاعلان أثار استياء السياسيين الذين صار لديهم انطباعاً بأنهم أصبحوا سلعة.

١١ يقسم بال مراحل التغيير الى ثلاث: تراكفت بدايات الطباعة مع عصر النهضة، وولدت الصحف اليومية مع الثورات في القرن الثامن عشر، فيما القرن الواحد والعشرون كان مشتملاً بين استقلالية الولايات وحلم الوحدة. كما انعكست علاقة وسائل الاعلام الجماهيرية على العملية السياسية في دراسات الاعلام والاتصال السياسي في كل من أوروبا والولايات المتحدة

١٢ من العناصر المُحدّدة للخيار الانتخابي: الرسالة - وسائل الاعلام - الإنخراط المدني - أجندة الأولويات - الإقناع...