

التواصل السياسي والتحول الرقمي: مقارنة نظرية

زكية الحسني

استاذة علوم الإعلام والتواصل بكلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة محمد الخامس، الرباط

عائشة اشريح

باحثة في سلك الدكتوراه بمختبر علوم الإعلام والاتصال

كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة محمد الخامس، الرباط

المملكة المغربية

الملخص:

يهدف هذا المقال إلى تقديم قراءة نظرية للتواصل السياسي في ظل التحول الرقمي، من خلال استعراض مفهوم التواصل السياسي في ظل التحول الرقمي، من خلال استعراض مفهوم التواصل السياسي وخصائصه، وإبراز الانتقال من التواصل السياسي التقليدي إلى التواصل السياسي الرقمي. ويبرز المقال أن التحول الرقمي أسهم في تطوير آليات التواصل السياسي، وأعاد تشكيل الفضاء العمومي، وأفرز أنماطا جديدة من التفاعل بين السياسيين والمواطنين، بما يجعل التواصل السياسي الرقمي أحد أبرز ملامح الممارسة السياسية المعاصرة.

الكلمات المفتاحية: التواصل السياسي، التواصل السياسي الرقمي، التحول الرقمي، الفضاء العمومي.

مقدمة:

أدى التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى إحداث تحولات عميقة في بنية التواصل السياسي وممارساته، بعدما انتقلت العملية التواصلية من نموذج تقليدي يقوم على الاتصال الأحادي والوساطة الإعلامية إلى نموذج رقمي أكثر تفاعلية وانفتاحاً، أتاح للفاعلين السياسيين والمواطنين إمكانات جديدة لإنتاج الخطاب السياسي وتداوله والتأثير في الرأي العام. وقد جعل هذا التحول من التواصل السياسي أحد أكثر الحقول دينامية داخل علوم الإعلام والاتصال، بالنظر إلى ارتباطه الوثيق بالتغيرات التي يشهدها المجال العمومي وآليات الممارسة السياسية.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا المقال إلى تقديم قراءة نظرية للتواصل السياسي في ظل التحول الرقمي، من خلال الوقوف عند مفهوم التواصل السياسي وخصائصه، ثم تتبع الانتقال من التواصل السياسي التقليدي إلى التواصل السياسي الرقمي، مع إبراز أهم التحولات التي مست الممارسة التواصلية في البيئة الرقمية.

1. التواصل السياسي: المفهوم والخصائص

1.1 مفهوم التواصل السياسي

إن الحديث عن التواصل السياسي هو حديث عن ظاهرة حديثة العهد جاءت عقب تطور وسائل الاعلام الجماهيري، والتي أعادت تركيب ثنائية الحاكم والمحكوم أي إعادة تشكيل علاقة السلطة السياسية وعامة الجماهير. يؤكد هذا المفهوم على أن التواصل والسياسة يبينان معا روابط جوهرية تغطي العديد من الأبعاد، وإن كان هذا قبل وقت طويل من ظهور وسائل الاعلام. فالعلاقة بين التواصل والسياسة "كانت موجودة دائماً - وإن لم يتم استخدام هذا المفهوم إلا في خمسينيات القرن الماضي -، يجعلنا هذا نذهب بعيداً للتأكيد على أنهما معا يصوغان روابط جوهرية تغطي عدة أبعاد" (Mercier, 2004). ومن الصعوبة إذا تصور العملية السياسية بدون العملية التواصلية، أو تصور هذه الأخيرة بدون السياسة، حيث يرى كمال الدين (2004) أن التواصل والسياسة يرتبطان بعلاقة تكاملية ووثيقة في جميع المجتمعات، بصرف النظر عن مستوى تطورها، إذ يستحيل الفصل بينهما لما يقوم بينهما من تفاعل وتأثير متبادل، يجعل كلا منهما عاملاً مؤثراً ومتأثراً بالآخر في آن واحد.

ويعتبر التواصل السياسي بجميع مفاهيمه المعروفة، حلقة الوصل بين النخب السياسية وصناع القرار في الدولة والمواطن، "وعلى هذا فإن للمواطن الحق في إيصال احتياجاته ورغباته ومطالبه إلى الحكومة أو العاملين في المجال السياسي بشكل عام. في المقابل نجد أن هناك حاجة ماسة للسياسيين والحكومة لتوصيل القرارات والرؤى إلى المواطن والحصول منه على الدعم" (كمال الدين، 2004، ص. 41). وقد كان يشير التواصل السياسي إلى دراسة تواصل الحكومات مع الناخبين، ليتطور إلى تبادل الحوار السياسي بين الأغلبية والمعارضة، ليتسع مع الوقت ويشمل دراسة دور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام.

وقد أصبح اليوم مفهوم التواصل السياسي يشمل "دراسة دور التواصل في الحياة السياسية بمعناها العام، بما في ذلك وسائل الإعلام واستطلاعات الرأي والتسويق السياسي والدعاية، مع الاهتمام بشكل خاص بالفترات الانتخابية. وعليه يمكن اعتبار التواصل السياسي بأنه كل تواصل موضوعه السياسة" (عساف، 2016، ص. 21).

ويعرف دومنيك وولتن (1995) التواصل السياسي بكونه الفضاء الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتناقضة للفاعلين الثلاث الممتلكين لشرعية الحديث علناً عن السياسة، والمتمثلين في الفاعلين السياسيين والصحفيين، والرأي العام من خلال استطلاعات

الرأي. وهكذا إذا فالحديث عن التواصل السياسي يستوجب وجود الفضاء العمومي، كونه -التواصل السياسي- يمثل التقاطع الأصغر بين ثلاث فضاءات رمزية هي الفضاء العمومي، والفضاء السياسي، والفضاء التواصل. ما يجعل من فضاء التواصل السياسي فضاء مغاير عن الفضاء السياسي. وبذلك فإن وولتن لا يرى بأن ما يشكل التواصل السياسي هو مختلف الخطابات المنتمية للحقل السياسي أو الحقل العمومي، بل فقط تلك التي تنبني عليها المواجهات بين الفاعلين في الحقل السياسي. وبذلك فإنه لا يرى بأن ما يشكل فعلا التواصل السياسي هو مختلف الخطابات المنتمية للحقل السياسي أو الحقل العمومي، بل تلك التي تنبني عليها المواجهات بين الفاعلين في الحقل السياسي.

ومن منظور آخر، يرى دونتون روبرت وكراي وودوارد (Denton & Woodward)، كما ورد في McNair, 2011، ص.4)، أنه ذلك النقاش الصادق الذي يهتم توزيع مصادر العامة (أي الدخل الحكومي)، السلطة الرسمية المتكلفة بصنع القرارات القانونية والتنفيذية، إلى جانب العقوبات الرسمية (المكافآت والعقوبات التي تحددها الولاية). ويركز هذا التعريف على الخطاب السياسي الشفوي منه والمكتوب ولا يتضمن أشكال الاتصال الرمزي الذي أصبح ذو أهمية كبيرة في فهم العملية السياسية ككل.

أما ماكنير (2011)، فيؤكد أنه أخذ في الاعتبار، عند تعريفه للتواصل السياسي، ليس فقط الرسائل المكتوبة أو المنطوقة، ولكن أيضا المظاهر المرئية التي تعطي دلالة، مثل: شكل الوجه والملبس.. في هذا السياق أعطت الأمريكية دوريس كرابر (Graber, 1981) كما ورد في McNair, 2011 ص.3) تعريفا متقدما وشاملا أسمته اللغة السياسية والتي لا تتضمن فقط الإشارات البلاغية بل تتعداها الى ما نسميه الإشارات الشبه لغوية Paralinguistic Sings، فالتواصل السياسي لا يجب أن يهتم فقط بالبيانات المكتوبة أو بالكلام فقط ولكن أيضا يجب أن يهتم بوسائل مرئية ذات دلالة كلفة الجسد، اللباس، المكياج، تسريحة الشعر... أي كل العناصر والرموز التي تشكل لنا الاتصال والتي يمكن القول بأنها تشكل وتكون الصورة السياسية أو الهوية السياسية. ويضيف ماكنير أنه "اتصال هادف يتعلق بالسياسة"، ويشرح هذا التعريف بكونه يتضمن:

- جميع مستويات الاتصال التي يستخدمها الفاعلون السياسيون أو المشتغلين بالسياسة لتحقيق أهداف معينة وبلوغ غاية محددة.
- الاتصال الموجه إلى هؤلاء الفاعلين السياسيين من غير المشتغلين بالسياسة، كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.
- الاتصال الذي يتناول الساسة والمشتغلين بالسياسة، وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة، ويتعلق أيضا بأنشطتهم كما تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات والأشكال الأخرى من تناول وسائل الإعلام للسياسة والسياسيين.

ويعتبر تعريف محمد بن سعود البشر من أهم التعريفات أيضا في هذا المجال، والذي قدمه في كتابه مقدمة في الاتصال السياسي سنة 1997، وأكد فيه على أنه النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة افراد الشعب والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة. ويشرح البشر هذا التعريف بكون مضمون الاتصال السياسي هو ما يحدث في البيئة السياسية، سواء كان متعلقا بأعمال الحكومة وأساليب ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة أو خارجها، وهذا النشاط السياسي يعكسه وسائل الاتصال كمنابر يتخذها الساسة لإيصال صوت السلطة إلى الجماهير أو نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة صناعة القرار والمشاركة في العملية السياسية، أو من خلال وظيفة مراقبة الحكومة ومتابعة نشاطات رجالها. هذا إضافة إلى الفئة الثالثة التي يشكلها أفراد

الشعب، فإن وسيلتهم في ذلك تكون على مستوى الاتصال الشخصي أو الجمعي وذلك من خلال المناقشات التي تتناول قضايا البيئة السياسية التي يثيرها الفاعلين السياسيين أو الإعلاميين من خلال وسائل الاتصال الجماهيري.

ويستند غراتشيف (2012) في عرضه لمفهوم التواصل السياسي إلى التصور السيبراني الذي قدمه نوربرت وينر Norbert Winner، والذي ينظر إلى التواصل باعتباره عملية لإنشاء الرسائل وإرسالها واستقبالها ومعالجتها، بما يجعل المعلومات والتغذية الراجعة أساسا لتنظيم وتوجيه العملية السياسية. وانطلاقا من هذا التصور، ينظر إلى التواصل السياسي بوصفه عملية تتضمن إنتاج الرسائل السياسية وتداولها بما يحدث تأثيرا في المجال السياسي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وقد يظهر هذا التأثير على الفور أو لاحقا. وتشمل الأساليب المباشرة للتأثير في السياسة الدعوة للمشاركة في الانتخابات أو التصويت لمرشح معين وطلبات دعم مبادرة تشريعية ما. ويتمثل التأثير غير المباشر في إنشاء صور أو قوالب نمطية معينة يمكن أن تؤثر على الوعي السياسي للمجتمع. ويعتبر التأثير السياسي أحد التفاصيل المهمة بشكل أساسي لكل من أنماط التأثير غير المباشرة والمباشرة في السياسة. وبالتالي، فإن نتيجة التواصل السياسي هي تحقيق تأثير سياسي بشكل أو بآخر (Grachev, 2012، ص 77-78). في هذا السياق يعرف ديفيد إل سوانسون ودان نيمو (1990) وهما من الأعضاء البارزين أيضًا في هذا التخصص الفرعي، التواصل السياسي بأنه الاستخدام الإستراتيجي للتواصل للتأثير على معرفة الجمهور ومعتقداته وسلوكياته بشأن المسائل السياسية. وهما يؤكدان على الطبيعة الإستراتيجية للتواصل السياسي، وتسلط الضوء على دور الإقناع في الخطاب السياسي.

وبالإضافة إلى التعريفات التي تناولت مفهوم التواصل السياسي، ركز عدد من الباحثين على وظائفه، ولا سيما وظيفته الإقناعية. وفي هذا السياق، يرى جيرستلي وبار (Gerstlé & Piar, 2016) أن التواصل السياسي لا يقتصر على نقل المعلومات أو تداولها، وإنما يعد عملية إقناعية تهدف إلى التأثير في إدراكات الأفراد واتجاهاتهم وسلوكهم السياسي. ويتحقق هذا التأثير من خلال توظيف استراتيجيات اتصالية متنوعة، تستند إلى بناء الرسائل السياسية وصياغتها بما يتلاءم مع خصائص الجمهور والسياق السياسي، بهدف كسب التأييد، وتشكيل الرأي العام، والتأثير في القرارات والسلوك الانتخابي.

إن مفهوم التواصل السياسي يشكل غمطا جديدا من أنماط التواصل، لذلك فهو يحتاج الكثير من الاجتهادات ومضاعفة الجهود العلمية في هذا الحقل، فقد تباين الخبراء والباحثين في مجال الاعلام والتواصل والسياسة في إيجاد تعريف محدد ومتفق عليه وذلك حسب البيئة والظروف المحيطة، وهذه الصعوبة نشأت من تداخل علمي "السياسة" و"التواصل". ولعل أقرب التعريفات إلى الشمول هو تعريف ماكنير الذي استطاع فيه تضمين أهم العناصر التي تشكل عملية التواصل السياسي المتجلية في الوسيلة والجمهور والقائم بالاتصال، والهدف والأثر، والمضمون.

ومن خلال ما سبق ومن خلال قراءتنا يمكننا تعريف التواصل السياسي بأنه عملية تواصلية هادفة. تهتم أساسا بتغطية مختلف الموضوعات السياسية وتتميز بقدرتها على التأثير والتغيير والإقناع. وتركز إذا على دور التواصل بشكل عام في الحياة السياسية، وبالتالي فمن هذا المنظور، يهتم التواصل السياسي بلغة السياسيين والبلاغة السياسية والإشهار السياسي والدعاية والمناظرات السياسية وأساليب التواصل خلال الحملات الانتخابية.

2.1. خصائص التواصل السياسي

يتميز التواصل السياسي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن غيره من أنماط التواصل، وتجعله عملية معقدة تتداخل فيها الأبعاد السياسية والإعلامية والاجتماعية. فهو لا يقتصر على نقل المعلومات أو تبادل الرسائل بين الفاعلين السياسيين والجمهور، وإنما يمثل عملية ديناميكية تقوم على التفاعل والتأثير والتفاوض حول القضايا العامة، بما يحقق أهدافا سياسية محددة. كما تتجلى خصوصيته في كونه يرتبط بمجال السلطة وصناعة القرار، ويعتمد على استراتيجيات اتصالية تستهدف التأثير في اتجاهات الرأي العام وسلوك المواطنين. ومن ثم، فإن فهم خصائص التواصل السياسي يعد مدخلا أساسيا لفهم آليات اشتغاله وتحولاته، خاصة في ظل التطورات الرقمية التي أعادت تشكيل المجال السياسي ووسائل التفاعل بين مختلف الفاعلين.

1.2.1. الطابع التفاعلي للتواصل السياسي Interactivity

يقوم مفهوم التواصل السياسي على مبدأ التفاعل المتبادل بين مختلف الفاعلين السياسيين والاجتماعيين، إذ لا تقتصر العملية الاتصالية على إرسال الرسائل من طرف الفاعل السياسي إلى الجمهور، وإنما تتضمن أيضا استقبال ردود الأفعال والتفاعل معها، بما يجعل التواصل عملية مستمرة من التأثير والتأثر. ويكتسي هذا البعد أهمية خاصة بالنظر إلى أن المجال السياسي يقوم على الحوار والتفاوض وتبادل المواقف بين المؤسسات السياسية ووسائل الإعلام والمواطنين. وهو ما يجعل نجاح التواصل السياسي رهينا بقدرته على خلق قنوات للتفاعل وتبادل المعلومات والآراء.

وفي هذا السياق يرى دومينيك وولتن (1990) أن التواصل السياسي لا يمكن اختزاله في مجرد نقل الرسائل السياسية، بل هو فضاء للتفاعل يجمع ثلاثة فاعلين رئيسيين هم: الفاعلون السياسيون، ووسائل الإعلام، والرأي العام. فالعلاقة بين هؤلاء الفاعلين ليست علاقة خطية، وإنما تقوم على تبادل التأثير بصورة مستمرة، حيث تؤثر وسائل الإعلام في الأجندة السياسية، ويتفاعل المواطنون مع الخطاب السياسي، كما يسعى الفاعلون السياسيون إلى تعديل استراتيجياتهم الاتصالية استجابة لتغيرات الرأي العام.

ويؤكد ماكثير (2018) أن الطبيعة التفاعلية للتواصل السياسي تعززت بصورة أكبر مع تطور وسائل الاتصال الحديثة، حيث أصبح المواطن فاعلا في إنتاج المضامين السياسية وتداولها، بعد أن كان مجرد متلق للرسائل التي تبثها المؤسسات السياسية ووسائل الإعلام التقليدية. وقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل العلاقة بين السلط والجمهور، من خلال إتاحة إمكانيات أكبر للنقاش والتعليق والمشاركة في القضايا العامة، وهو ما أسهم في توسيع دائرة الفاعلين داخل المجال السياسي.

وتبرز أهمية هذه الخاصية بشكل أوضح مع ظهور البيئة الرقمية، التي ألغت إلى حد كبير النموذج التقليدي القائم على الاتصال الأحادي الاتجاه. وأحلت محله نمودجا يقوم على التفاعل الفوري والمشاركة المستمر. وقد مهد هذا التحول لظهور أشكال جديدة من التواصل السياسي، تقوم على الحوار المباشر بين الفاعلين السياسيين والمواطنين عبر المنصات الرقمية، وهو ما سيتم تناوله في المحور الخاص بالتواصل السياسي الرقمي.

2.2.1. الطابع الإقناعي Persuasion

يعد الطابع الإقناعي أحد أهم الخصائص التي تميز التواصل السياسي، إذ لا يقتصر هذا الأخير على نقل الأخبار أو تداول المعلومات المتعلقة بالشأن العام، وإنما يسعى أساسا إلى التأثير في اتجاهات الأفراد ومواقفهم وسلوكهم السياسي. فكل خطاب سياسي، سواء صدر عن الحكومات أو الأحزاب السياسية أو المرشحين أو حتى منظمات المجتمع المدني، يحمل في طياته محاولة

لتوجيه إدراك الجمهور نحو قضية معينة أو إقناعه بتبني موقف أو اتخاذ قرار سياسي محدد. ومن ثم، فإن التواصل السياسي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بآليات الإقناع باعتبارها الأداة الأساسية التي تستخدم في كسب التأييد، وبناء الشرعية، والتعبئة السياسية.

وفي هذا السياق، يؤكد ريتشارد بيرلوف أن الإقناع السياسي Political Persuasion يمثل عملية اتصالية تهدف إلى تغيير أو تعزيز المعتقدات والاتجاهات أو السلوكيات السياسية للأفراد من خلال توظيف رسائل مدروسة تعتمد على الحجج العقلانية والاستمالات العاطفية. بما يسمح بالتأثير في اختيارات المواطنين ومواقفهم تجاه الفاعلين السياسيين والقضايا العامة (Perloff, 2008). ويشير إلى أن فعالية الإقناع لا تتوقف على مضمون الرسالة فقط، وإنما ترتبط أيضاً بمصدقية المصدر، وخصائص الجمهور، والسياق الذي تبث فيه الرسالة، وهو ما يجعل العملية الإقناعية عملية معقدة تتداخل فيها عوامل نفسية واجتماعية وإعلامية متعددة.

كما يرى جاك غيرستلي (Gerstlé, 2016) أن التواصل السياسي لا ينفصل عن الوظيفة الإقناعية، لأن الخطاب السياسي يسعى بصورة دائمة إلى التأثير في إدراك المواطنين للأحداث والقضايا السياسية، وإلى توجيه آرائهم وسلوكهم الانتخابي من خلال استراتيجيات خطابية وإعلامية متنوعة. ويؤكد أن هذا التأثير قد يأخذ أشكالاً متعددة، فقد يكون قائماً على تقديم المعلومات والحجج المنطقية، وقد يعتمد على توظيف الرموز والصور واللغة العاطفية. أو على إعادة تأطير القضايا السياسية بما يخدم أهداف الفاعلين السياسيين.

ويتفق ديتون وودوارد (1998) مع هذا الطرح، حيث يعتبران أن التواصل السياسي هو نشاط هادف إلى التأثير في البيئة السياسية من خلال استخدام وسائل الاتصال المختلفة لإقناع المواطنين، وصناع القرار، والفاعلين السياسيين الآخرين. ومن هذا المنطلق، فإن نجاح الفاعل السياسي لا يقاس فقط بقدرته على إيصال رسالته، وإنما بقدرته على صياغة خطاب قادر على إحداث تغيير في المواقف والاتجاهات، بما يحقق أهدافه السياسية والانتخابية.

وقد ازدادت أهمية البعد الإقناعي للتواصل السياسي مع التطور المتسارع لوسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، التي أتاحت إمكانات غير مسبقة لاستهداف الجماهير وفق خصائصها الديموغرافية والسلوكية، وإنتاج رسائل سياسية أكثر تخصيصاً وتفاعلاً. ولم يعد الإقناع السياسي يعتمد فقط على الخطابات التقليدية أو الحملات الانتخابية الكلاسيكية، بل أصبح يقوم على تدفقات مستمرة من المحتوى الرقمي، والصور، ومقاطع الفيديو، والتفاعلات اليومية، الأمر الذي عزز قدرة الفاعلين السياسيين على التأثير في الرأي العام وتوجيه النقاش العمومي، وفي المقابل منح المواطنين قدرة أكبر على التفاعل مع الخطاب السياسي وإعادة إنتاجه أو معارضته.

ومن ثم، فإن الطابع الإقناعي لا يمثل مجرد وظيفة من وظائف التواصل السياسي، بل يشكل إحدى خصائصه الجوهرية، لأن مختلف أشكال الاتصال السياسي، سواء كانت تقليدية أو رقمية، تستهدف بدرجات متفاوتة التأثير في إدراك المواطنين وصياغة مواقفهم تجاه القضايا والفاعلين السياسيين، وهو ما يجعل الإقناع عنصراً ملازماً للعملية التواصلية السياسية في مختلف السياقات.

3.2.1. الطابع الاستراتيجي (Strategic Communication)

يتميز التواصل السياسي بطابعه الاستراتيجي، إذ لا يتم بصورة عفوية أو تلقائية، وإنما يقوم على التخطيط المسبق وتحديد الأهداف واختيار الوسائل المناسبة لتحقيقها. فالفاعلون السياسيون، سواء كانوا حكومات أو أحزاب سياسية أو مرشحين أو

مؤسسات رسمية، يعتمدون استراتيجيات اتصالية مدروسة تهدف إلى بناء صورة إيجابية، والتأثير في الرأي العام، وحشد التأييد، وكسب الشرعية السياسية. ومن ثم، فإن التواصل السياسي لا يمثل مجرد عملية لتبادل المعلومات، بل يعد أداة استراتيجية لتوجيه السلوك السياسي وتحقيق أهداف الفاعلين داخل المجال السياسي.

وفي هذا السياق، يرى فيليب مارك أن التواصل السياسي أصبح أحد المكونات الأساسية للعمل السياسي المعاصر، لأنه يعتمد على التخطيط الاستراتيجي للرسائل السياسية، واختيار الوسائط الاتصالية الملائمة، وتحديد الجمهور المستهدف، بما يضمن تحقيق أكبر قدر ممكن من التأثير. ويؤكد أن نجاح الفاعل السياسي لم يعد مرتبطاً فقط ببرنامجه السياسي، وإنما بقدرته على تصميم استراتيجية اتصالية متكاملة تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الجمهور، والسياق السياسي، والوسائل الإعلامية المتاحة (Maarek, 2011).

ومن جهته، يوضح هالان وزملاؤه أن الاتصال الاستراتيجي هو عملية هادفة تقوم على استخدام التواصل لتحقيق أهداف محددة من خلال التخطيط، والتنسيق، وإدارة الرسائل الموجهة إلى مختلف الفئات المستهدفة. وتتمثل أهميته في قدرته على بناء العلاقات مع الجمهور، وتعزيز الثقة، وإدارة السمعة، والتأثير في عملية صنع القرار، وهو ما يجعل هذا المفهوم وثيق الصلة بالتواصل السياسي في مختلف مستوياته (Hallahan et al., 2007).

وقد تعزز الطابع الاستراتيجي للتواصل السياسي مع التحول الرقمي، حيث أصبحت الأحزاب السياسية والمؤسسات الحكومية تعتمد على البيانات الرقمية، واستطلاعات الرأي، وتحليل تفاعلات المستخدمين عبر المنصات الرقمية، من أجل تصميم رسائل أكثر دقة وتوجيهها. كما أتاح هذا التحول إمكانية تعديل الاستراتيجيات الاتصالية بصورة مستمرة وفقاً لردود أفعال الجمهور، الأمر الذي جعل التواصل السياسي أكثر دينامية واستجابة للتغيرات التي يشهدها المجال العام.

ومن ثم فغن الطابع الاستراتيجي يمثل إحدى الخصائص الجوهرية للتواصل السياسي، لأنه يعكس انتقال العملية الاتصالية من مجرد نقل المعلومات إلى إدارة العلاقات مع الجمهور والتأثير في مواقفه وسلوكياته من خلال استراتيجيات مدروسة، وهو ما ازدادت أهميته مع تطور البيئة الرقمية وتعدد المنصات الاتصالية.

2. من التواصل السياسي إلى التواصل السياسي الرقمي

1.2. نحو فضاء عمومي جديد

بعد الاستخدام الكبير لتقنيات المعلومات والاتصال الجديدة اتجاهاً جديداً لا رجعة فيه في التنمية العالمية والثورة العلمية والتكنولوجية. ويلعب الإنترنت العالمي دوراً مهماً في هذه العملية، لكونه وسيلة تفاعلية محددة للاتصال الجماهيري، تستخدم اليوم في العملية السياسية وتتحدى مؤسساتها وآلياتها التقليدية.

وقد أسهم الانتشار المتزايد للإنترنت منذ بداية تسعينات القرن الماضي في إحداث تحول نوعي في التواصل السياسي. حيث بدأت الحكومات والأحزاب السياسية في توظيف هذه التقنية لنشر المعلومات والتواصل مع المواطنين. وفي هذا السياق، شهدت الولايات المتحدة إحدى أولى المبادرات الحكومية في مجال الاتصال الرقمي، إذ أطلقت الإدارة الأمريكية أول موقع إلكتروني رسمي للبيت الأبيض سنة 1994، بما مثل خطوة مهمة نحو توظيف الإنترنت في الاتصال الحكومي والسياسي. ومنذ ذلك الحين، اتسع استخدام الإنترنت ليشمل الحملات الانتخابية، والتعبئة السياسية، والتفاعل المباشر مع المواطنين، مما أدى إلى بروز نمط جديد من التواصل السياسي يعرف بالتواصل السياسي الرقمي.

وعلى الرغم من حقيقة أن التواصل السياسي عبر الانترنت أو التواصل السياسي الرقمي حديثا نسبيا، فإن أهمية قناة التواصل هذه أصبحت كبيرة أكثر فأكثر ولا يمكن إنكارها.

ولم يقتصر أثر هذا التحول على تغيير وسائل التواصل السياسي فحسب، بل امتد ليشمل طبيعة المجال الذي تتم داخله عملية التواصل ذاتها. فمع انتشار الانترنت وتطبيقات الويب التفاعلية، انتقلت الممارسة السياسية من الفضاءات التقليدية وتطبيقات الويب التفاعلية، انتقلت الممارسة السياسية من الفضاءات التقليدية إلى بيئة رقمية أتاحت إمكانات جديدة للتفاعل والنقاش والمشاركة. ومن ثم أدى هذا التحول الرقمي إلى بروز مجال عمومي جديد، لم يعد يقتصر على نقل الرسائل السياسية، بل أصبح مجالا مفتوحا للتفاعل والمشاركة وصناعة المحتوى السياسي.

وقد تعددت التسميات التي أطلقت على هذا المجال، من بينها الفضاء العمومي الافتراضي Virtual Public Space، الفضاء العمومي الرقمي Digital Public Space أو الفضاء العمومي المتصل Connected Public Space. ويعرفه جويل دي روسناي (1995) بوصفه فضاء يجمع بين مكونين هما: الفضاء والزمان الإلكترونيين. وهو فضاء تم خلقه بواسطة شبكات التواصل التي أنشئت بين الحواسيب. ويحيل على شبكة علمية تربط بين كل الأدمغة الفردية المرتبطة على المستوى العالمي والتي تشكل ما يسمى بـ "الدماغ الكوني" Planetary Brain.

يرى محمد كرو (2002) أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ساهمت في تطوير فضاء عمومي وطني وعالمي مفتوح للنقاش والحجاج والتفكير السياسي. وهو مجال للتعبير الفردي والجماعي، تطور بفضل الشبكات الاجتماعية التي تلبى الحاجيات التواصلية للأفراد. ولم يعد ينظر إليه كمساحة افتراضية فقط، بل أصبح فضاء فعليا للتفاعل وتبادل الآراء والأفكار، يلتقي من خلاله مستخدمو الإنترنت، رغم اختلاف مدغم ودولهم وحتى قاراتهم، متجاوزين بذلك قيود الزمان والمكان.

في الواقع، يتم التواصل السياسي عبر الانترنت بشكل أساسي من خلال مواقع الويب ومن خلال شبكات تواصل اجتماعية محددة. فبتأكيد كبير، أهم الشبكات العالمية الأساسية اليوم هي Tweeter، و Facebook، و Google +، و Instagram و Whatsapp و Fousquare، والتي "تعد قنوات أساسية للتعبئة والتلاعب بالرأي العام وكذلك للتسويق السياسي. ومن الناحية العملية، فمعظم الأحزاب السياسية حول العالم تمتلك اليوم قنوات تواصل رقمية" (Qotbi, 2020).

إن مجال التواصل الرقمي، مكن الأحزاب السياسية والمرشحين من التحرر من قبضة الصحافة المهنية التي تنتقي برامجهم حسب خطها التحريري. فالحوار مع المواطنين دون وسيط يؤسس لتفاعل مؤكد ومضمون، ويؤدي إلى وضع القضايا الاجتماعية في قلب النقاش العام. حيث يحاول الفاعل السياسي بالاستناد على هذه الوسائل والتقنيات الجديدة تقليص الفجوة بين المواطن والسياسة، من أجل تعبئتهم بشكل أكبر وكذا زيادة نسبة مشاركتهم السياسية بفضل الإمكانيات التي يوفرها الويب 2.0. فالأحزاب السياسية اليوم تحاول إقامة علاقات جيدة مع المواطنين والحفاظ عليها. هذه العلاقات، حسب قطي (2020)، تميل نحو تشجيع المواطنين ليس فقط بأن يصبحوا أكثر ولاء من خلال مشاركة أكبر، بل أيضا من خلال مشاركتهم في الأنشطة الحزبية.

كما أنه لم يعد يخفى على أحد الدور الذي أصبحت تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي كفضاءات عمومية جديدة اليوم، والتي تشكل مساحة مفتوحة إضافية للفاعلين في المجال السياسي كافة، على اختلاف أدوارهم وعلى اختلاف الأحداث السياسية. وإذا كان رجل السياسة منذ أن وجد العمل السياسي، يستغل الإعلام لإيصال رسائله وتقديم برامجه ومحاوله إقناع المواطنين بها، فإن

هذه العملية بدأت تأخذ أبعاد جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة بعد أن فاز بارك أوباما سنة 2008 بالانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أكد المعهد الأمريكي أن 46% من الأمريكيين استخدموا الأنترنت أو رسائل البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية لتلقي أخبار الحملات الانتخابية، و35% منهم شاهدوا مقاطع فيديو سياسية خلال الحملة، أي بمعدل ثلاثة أضعاف من أولئك الذين استخدموه سنة 2004 (Smith & Rainie, 2008, pp. 1-3). وقد أفرزت هذه الفضاءات الجديدة مجالات بديلة تشاركية وتفاعلية تحتضن جماعات افتراضية تكونت حول اهتمامات مشتركة ثقافية واجتماعية وسياسية... إلخ. حيث احتضنت أنماطاً مختلفة من النقاش والتداول لها علاقة وطيدة بالشأن العام، كما أنها شكلت فرصة للشباب والنخب السياسية المهمشة وذلك بتجاوز آليات تغييبها في المجال العمومي التقليدي.

2.2. تواصل سياسي جديد: فعل سياسي جديد

لم يقتصر أثر التحول الرقمي على تطوير وسائل التواصل السياسي فحسب، بل امتد ليشمل طبيعة الفعل السياسي ذاته، حيث أعادت تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وعلى رأسها شبكة الإنترنت، تشكيل أنماط التفاعل بين الفاعلين السياسيين والمواطنين. فقد أدى الانتقال من وسائل الإعلام التقليدية إلى المنصات الرقمية إلى إحداث تحول في آليات إنتاج الرسائل السياسية وتداولها، كما أتاح إمكانيات جديدة للمشاركة والتفاعل لم تكن متاحة في السابق.

وفي هذا السياق، لم يعد المواطن مجرد متلق للخطاب السياسي، بل أصبح فاعلاً مساهماً في إنتاجه ونشره والتعليق عليه وإعادة توجيهه، مستفيداً من الإمكانيات التفاعلية التي توفرها البيئة الرقمية. وقد أدى ذلك إلى إعادة توزيع أدوار الفاعلين داخل عملية التواصل السياسي، حيث تراجعت هيمنة وسائل الإعلام التقليدية باعتبارها الوسيط الوحيد بين السلطة والجمهور، في مقابل بروز فضاءات رقمية أتاحَت تواصلاً أكثر مباشرة بين السياسيين والمواطنين.

وفي سياق تفسير التحولات التي عرفها الفعل السياسي في ظل البيئة الرقمية، يقدم مانويل كاستلز تصوراً يبرز المكانة المركزية التي أصبحت تحتلها وسائل الإعلام الإلكترونية في الممارسة السياسية المعاصرة. وفي هذا السياق، ينقل علي حرب عن كاستلز قوله: "أهم ما يمكن ملاحظته هو أن وسائل الإعلام الإلكترونية (ولا يقتصر ذلك على التلفزيون والمذياع، بل يشمل أيضاً أشكال الاتصال كلها، مثل الجرائد والانترنت)، أصبحت فضاء السياسة المفضل (حرب، 2013، ص. 90).

وفي ظل هذه التحولات الرقمية، يؤكد كاستلز (2009) أن تطور تكنولوجيا الاتصال أعاد تشكيل المجال السياسي، حيث أصبحت شبكات الاتصال الرقمية فضاء رئيسياً لتداول المعلومات والأفكار السياسية وممارسة التأثير في الرأي العام، وحشد الأفراد للمشاركة في الشأن العام. وانطلاقاً من هذا التصور، لم يعد التواصل السياسي يقتصر على التفاعل الذي تقوده المؤسسات الرسمية ووسائل الإعلام التقليدية، بل امتد ليشمل المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت فاعلاً أساسياً في تشكيل المواقف والاتجاهات السياسية، خاصة لدى فئة الشباب، وهو ما يجعلها مدخلاً نظرياً مناسباً لدراسة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتأثيرها في المواقف السياسية.

ويبرز هذا الطرح التحول العميق الذي عرفته الممارسة السياسية في العصر الرقمي، إذ لم تعد وسائل الإعلام تؤدي وظيفة نقل الخطاب السياسي فحسب، بل أصبحت فضاء تمارس داخله السياسة، وتصاغ فيه الاستراتيجيات الاتصالية، كما تتشكل من خلال

اتجاهات الرأي العام. وقد أدى ذلك إلى تعزيز دور الوسائط الرقمية في التأثير على السلوك السياسي للمواطنين، وإلى ظهور أشكال جديدة من المشاركة والتفاعل السياسي.

وفي الاتجاه نفسه، يرى أندرو تشادويك أن البيئة الرقمية أفرزت نظاما إعلاميا هجيناً تتداخل فيه وسائل الإعلام التقليدية مع الوسائط الرقمية، الأمر الذي أدى إلى إعادة تشكيل أساليب العمل السياسي والحملات الانتخابية وآليات التواصل بين الفاعلين السياسيين والجمهور (Chadwick, 2013). وهو ما يعكس طبيعة البيئة الاتصالية الجديدة، التي لم تلغ وسائل الإعلام التقليدية، وإنما أعادت دمجها ضمن منظومة أكثر تفاعلية، أصبحت فيها المنصات الرقمية عنصراً أساسياً في إدارة التواصل السياسي وصناعة الرأي العام.

وبذلك أصبح التواصل السياسي الرقمي أحد المرتكزات الأساسية للممارسة السياسية المعاصرة، ليس فقط بوصفه وسيلة لنقل الخطاب السياسي، وإنما باعتباره فضاء لإنتاجه والتداول والتأثير في اتجاهات رأي العام. ومن هذا المنطلق، شكلت شبكات التواصل الاجتماعي الامتداد الأبرز لهذا التحول، إذ أصبحت إحدى أهم المنصات التي تمارس من خلالها أشكال متعددة من التفاعل والمشاركة السياسية.

خاتمة

يتضح من خلال هذه القراءة النظرية أن التحول الرقمي لم يمثل مجرد تطور رقمي تقني في وسائل الاتصال، بل أحدث تحولا عميقا في طابع التواصل السياسي وآلياته. فقد أعادت البيئة الرقمية تشكيل العلاقة بين الفاعلين السياسيين والجمهور، ووسعت من إمكانات التفاعل والمشاركة، كما غيرت أساليب إنتاج الخطاب السياسي وتداوله داخل الفضاء العمومي.

ولم يعد التواصل السياسي اليوم يقتصر على نقل الرسائل أو التأثير في الرأي العام عبر الوسائط التقليدية، بل أصبح عملية تواصلية متعددة الاتجاهات، تتداخل فيها الأبعاد السياسية والإعلامية والتكنولوجية، ويشارك فيها المواطن بوصفه فاعلا في إنتاج المحتوى السياسي وتداوله، وليس مجرد متلق له، وهو ما يفرض إعادة النظر في كثير من المفاهيم الكلاسيكية التي ارتبطت بالتواصل السياسي، في ظل بيئة رقمية تتسم بالتفاعلية، وسرعة تداول المعلومات، وتعدد مصادرها.

ومن ثم، فإن فهم التواصل السياسي في العصر الرقمي لم يعد يقتصر على دراسة أدوات الاتصال الجديدة، بل أصبح يقتضي تحليل التحولات التي مست بنية الفعل السياسي ذاته، والوقوف على الأدوار الجديدة التي تؤديها المنصات الرقمية في تشكيل النقاش العمومي وإعادة بناء العلاقة بين السياسة والمجتمع.

المراجع والمصادر:

المراجع باللغة العربية

- البشر، محمد بن سعود. (1997). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان.
- السياسية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية أكادال، جامعة محمد الخامس، الرباط.
- حرب، علي. (2013). ثورات القوة الناعمة في العالم العربي: من المنظومة إلى الشبكة (ط. 3). الدار العربية للعلوم ناشرون.
- كمال الدين، جعفر عباس. (2004). الاتصال السياسي (ط. 1). المكتب الإسلامي، بيروت.

المراجع باللغات الأجنبية

- Castells, M. (2009). Communication Power. Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2013). The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press.
- de Rosnay, J. (1995). L'homme symbiotique: Regards sur le troisième millénaire. Éditions du Seuil.
- Denton, R. E., & Woodward, G. C. (1998). Political Communication in America (4th ed.). Praeger.
- Gerstlé, J., & Piar, C. (2016). La communication politique. Armand Colin.
- Gerstlé, J., & Piar, C. (2016). Les effets persuasifs de la communication et de l'information. Dans J. Gerstlé & C. Piar, La communication politique (3e éd., pp. 73–110). Armand Colin. <https://doi.org/10.3917/arco.gerst.2016.01.0073>
- Grachev, M. N. (2012). Political communication: Concept, essence. In L. N. Timofeeva (Ed.), Political Communication Studies: Theory, Methodology and Practice (pp. 77–90). Russian Association of Political Science (RAPN); ROSSPEN.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.4267/2042/9426>
- Kerrou, M. (2002). Public et privé en islam. Espaces, autorités et libertés. Dans Connaissance du Maghreb (pp. 17–42). Tunis : Institut de recherche sur le Maghreb contemporain.
- Maarek, P. J. (2011). Campaign Communication and Political Marketing (2nd ed.).

- McNair, B. (2011). An Introduction to Political Communication (5th ed.). Routledge.
- Mercier, A. (2004). Pour la communication politique. Hermès, La Revue, 38, 70–76. <https://doi.org/10.4267/2042/9426>
- Mouhtadi, N. (1999). Essai sur la communication politique au Maroc. Communication, 19(1), 11–40. <https://doi.org/10.4000/communication.6168>
- Perloff, R. M. (2008). Political Persuasion. In W. Donsbach (Ed.), The International Encyclopedia of Communication. Blackwell Publishing
- Qotbi, R. (2020). Communication politique numérique : Cas des partis politiques marocains. Revue des études médiatiques (Journal of Media Studies), (10). Centre démocratique arabe. <https://democraticac.de/?p=65003>
- Smith, A., & Rainie, L. (2008). The Internet and the 2008 election. Pew Internet & American Life Project.
- Swanson, D. L., & Nimmo, D. (1990). New directions in political communication: A resource book. Sage Publications.
- Wolton, D. (1995). Les contradictions de la communication politique. Hermès, La Revue, (17–18), 107–124.