

المحور الثالث: أنماط الاتصال

1 / الاعلام (Information): وهو "نقل المعلومات الصحيحة من مصدر موثوق لا يمتنع عن ذكره".

- وهو اتصال ذو اتجاه واحد.

- أيضا أصبح يحمل جانبا خياليا، وانحراف الممارسة الإعلامية ومجانية الحقيقة في بعض الأحيان، وهو ما يعكس المفهوم العصري للإعلام، الاتجاه الجديد المرتبط بالوسائل الحديثة للاتصال.

- شيوع الخبر شيء ضروري في الاعلام بعكس الاتصال فهو غير ضروري.

- في الاعلام كلفة الخبر رخيصة.

- الاعلام له زاوية اقتصادية، فهو صناعة وإنتاج.

2 / الدعاية (Propaganda): "هي فن التأثير والممارسة والسيطرة لقبول وجهات النظر وأصحاب الدعاية". فهدفها تغيير الرأي والسلوك أو التعديل فيهما.

- أنواع الدعاية: هناك تصنيفات كثيرة لأنواع الدعاية وفق اعتبارات عديدة، ومنها:

معيار التصنيف	نوع الدعاية
طبيعة المصدر	دعاية بيضاء دعاية رمادية دعاية سوداء دعاية عمودية دعاية أفقية
المضمون (النشاط)	دعاية سياسية: تكتيكية / استراتيجية دعاية دينية دعاية اجتماعية دعاية تجارية (الإعلان) الحرب النفسية غسيل الدماغ العلاقات العامة
الوظيفة	دعاية تحريضية

دعاية تسويقية	
دعاية إدماجية	
دعاية مباشرة	الأساليب
دعاية غير مباشرة	
دعاية الكلمة	الرموز المستخدمة
دعاية الفعل	
دعاية منطقية	أسلوب الاقناع
دعاية غير منطقية	
دعاية دفاعية	حسب العلاقة بين الدعاية والدعاية المضادة
دعاية هجومية	
دعاية دفاعية هجومية	
دعاية إنقسامية	
دعاية التركيز	
دعاية الاثارة	حسب النتائج المستهدفة
دعاية الترابط	
دعاية ظاهرة	وفقا للهدف
دعاية كامنة	

3 / الاشاعة: وهي "نشر الخبر دون التحقق من صحته بصورة شبه سرية (تنكر مصادرها)، وقد يكون الخبر حقيقيا لكن يحوّر ويحرف".

- تستخدم الاشاعة الاتصال الشخصي في نشرها وشيوعها وسريانها بين الناس، أكثر من استخدام وسائل الاعلام والتقنيات العصرية كونها خفيفة الهضم وقليلة الكلفة.

- وهي ظاهرة اجتماعية قديمة كانت لها وظيفة الاعلام لفترات طويلة قبل وجود الاعلام بمفهومه المعاصر.

4 / الحرب النفسية: وهي "تحطيم النواحي المعنوية والنفسية في الخصم بجميع الوسائل للقضاء على أية صورة من صور الثقة بالنفس، وهدفها ليس الاقناع، فغايتها الوحيدة تحطيم القوة المعنوية للخصم موضع الهجوم".

- وهي صورة من صور القتال تتجه للعدو لا الصديق، وتتعدد أدواتها: كالإشاعات (بقصد بلبلة الأفكار والتخريب) / تشجيع الاضطرابات (لخلق الفوضى).

5 / الإعلان والاشهار: هو "إتصال بين الجمهور، جوهره نشر لبعض المعلومات الخاصة بين عدد كبير من الناس".

- ويعرف بأنه "مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور واقناعه بضرورة استعمال خدمة أو استهلاك منتج معين".

- الاشهار هدفه الاقناع، لهذا فهو يهتم بالصيغة التي يصاغ بها الخبر من أجل الاستمالة والترغيب (الاقناع).

- للإعلان والاشهار مكسب مادي وربحي وفائدة مالية بالإضافة للمكسب المعنوي، فهو نشاط تجاري وعملية اقتصادية لترويج البيع والشراء.

المحور الرابع: الاتصال السياسي

1 / تعريفه: هو "النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الاعلاميون أو عامة أفراد الشعب والي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة".

هذا التعريف يتضمن العناصر التالية:

أ - النشاط السياسي: مضمون العملية الاتصالية السياسية.

ب - القائم بالاتصال: الساسة أو الاعلاميون أو عامة أفراد الشعب.

ج - الهدف: الأثر المقصود من الرسالة (التأثير في الرأي العام أو عملية التنشئة السياسية).

د - الوسيلة: أي وسيلة اتصالية.

2 / تاريخه:

- محاولات التنظير في الاتصال السياسي كانت في 1956 كعنصر بحث في العلاقة بين القيادة السياسية والجماعات النشطة العاملة في المجتمع، من خلال دراسة محاولات القيادات التأثير في سلوك الناخبين.

- في بداية البحوث في مجال الاتصال السياسي كان الاهتمام ب:

- تأثير التلفزيون على الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية 1952.

- تقويم الأثر المصاحب لاستخدام أساليب الدعاية.

- تحليل مضمون اللغة السياسية المستخدمة في الانتخابات.

- لكن تطور موضوعات البحث في الاتصال السياسي:

- اللغة السياسية
- الخطابة السياسية
- الإعلان السياسي
- الدعاية السياسية
- المناظرات السياسية في وسائل الاعلام
- وسائل المشاركة والتنشئة السياسية
- الحملات الانتخابية
- الرأي العام
- السياسة العامة للدول والحكومات
- الحركات السياسية
- علاقة الحكومة بوسائل الاتصال....

3 / مداخل الاتصال السياسي:

هناك مداخل عديدة، وقد تأثرت بعاملين هما:

- الظاهرة السياسية معقدة، ومرتبطة بالعديد من الأنشطة والظواهر الأخرى في المجتمع.
- اختلاف المنظور الذي يعتمده الباحثون لبحث الظاهرة السياسية، فالخلفيات العلمية أثرت على كيفية النظر للظاهرة السياسية عامة والاتصال السياسي خاصة.

ويمكن رصد أهم المداخل التالية:

3-1- مدخل العملية: يركز على فكرة "التغيير الدائم في السلوك الاتصالي السياسي استنادا للمفاهيم السائدة عن العملية.

وعليه فأصحاب هذا المدخل ينظرون للاتصال السياسي كجزء من عملية دائمة التغيير يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها أو تتبع جزئياتها.

وتسيطر على هذا المدخل خمسة مفاهيم أساسية تمثل التراث التقليدي لأصحاب الاتجاه، وهي:

1/ التاريخ يعيد نفسه في تكرارات محددة

2/ التاريخ والتغيير السياسي لا يتمان في دوائر منتظمة عبر الزمن، بل في دوائر متعاقبة، بما يعني أن التاريخ لا يعيد نفسه تماما والتغيرات السياسية ليست متطابقة عبر الزمن.

3/ تطور حركة التاريخ: أي أن العملية السياسية تؤدي الى تغييرات نحو الأحسن عبر التاريخ.

4/ يمكن ملاحظة العمليات السياسية الرئيسية والتعرف عليها، ولكن ليس في إطار نموذج تاريخي تطوري.

5/ العملية السياسية عملية عشوائية لا تنتظم في نموج ولا تتبع التطور، وها المفهوم هو الأقل انتشارا في دراسات هذا المدخل.

3-2- مدخل الاستخدامات والإشباعات: ينتمي هذا المدخل الى النظرية الوظيفية في علم الاجتماع (تطورت في القرن 19 ميلادي في فرنسا في مواجهة نظريات المنفعة الاقتصادية).

هذا المدخل يولي أهمية بالغة للوظائف التي يؤديها الاتصال السياسي بالنسبة للجمهور المشارك في العملية بنا على ما لديه من دوافع أو توقعات أو إشباعات.

ورغم تطور المدخل تاريخيا في إطار البحوث السياسية وبحوث الرأي العام إلا أنه تحول سريعا من القضايا السياسية الى القضايا التجارية والترفيهية.

استخدامات هذا المدخل في دراسة الاتصال السياسي تتركز في مجالين:

1/ الكيفية التي يدرك بها الأفراد (الجمهور) الموضوعات والقضايا التي تعرضها الوسائل على أنها قضايا وموضوعات سياسية.

2/ الاهتمام بتحليل التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام وعلاقتها بالسلوك السياسي في المجتمع.

3-3- مدخل نشر المعلومات: مدخل يبحث في الكيفية التي تنساب فيها المعلومات السياسية عبر قنوات الاتصال في المجتمع، أصحاب هذا المدخل اهتموا بالإجابة عن عدة تساؤلات أهمها:

1/ هل يؤدي إنتشار الرسائل الى تأثيرات في السلوك الإنساني؟

2/ ما النتائج والآثار الكامنة الناتجة عن أنماط إنتشار المعلومات السياسية؟

3/ هل يمكن تطبيق الانتشار على كل أشكال المعلومات السياسية؟

3-4- المدخل البنائي: من المداخل الحديثة في دراسة الاتصال السياسي، فهو يفتح مجالا للمزيد من الفهم للأسئلة البحثية المسيطرة على دراسات الاتصال السياسي، ومن أهمها "كيفية فهم الأفراد للرسائل السياسية"، ومنه يقترح هذا المدخل عديد الوسائل النافعة لعلاج قضايا هامة عديدة في هذا المجال من ذلك تأثير الاتجاهات السياسية على السلوك والوسائل التي يمكن بها لخصائص الرسائل السياسية التأثير في فهم الأفراد للأحداث والشخصيات السياسية.

أسئلة حول المحور الثالث والرابع:

- هل الاعلام هو نفسه الاتصال؟
- الاشاعة نقل ونشر للأخبار الصحيحة، ولكنها تستخدم الاتصال الشخصي فقط؟
- الاتصال السياسي هو اتصال يتناول مواضيع سياسية؟

- للاتصال السياسي مواضيع قليلة ومحددة؟
- تأثرت مداخل الاتصال السياسي بعاملين، ما هما؟
- مدخل الاستخدامات والإشباعات يركز على وظائف الاتصال السياسي نسبة للجمهور المشارك. ما رأيك؟