

مهارات التواصُل السِّيَاسِي

سلسلة كتيبات برلمانية 2016

معهد البحرين للتنمية السياسية

362 مبنى

3307 طريق

333 أم الحصم

55066 ص ب

هاتف (+973) 1782 1444

مهارات التواصُل السِّياسي

سلسلة كتيبات برلمانية 2016

حقوق الطبع والنشر محفوظة
لمعهد البحرين للتنمية السياسية

رقم الناشر الدولي (ISBN)
978 - 999 8 - 54 - 31 - 7
رقم الإيداع بإدارة المكتبات العامة
2016/د.ع/723

توجه جميع المراسلات على العنوان التالي:

معهد البحرين للتنمية السياسية

ص ب: 55066

هاتف: +973 17 821 444

bipd.org.bh

إعداد:
موسى عساف

المواد المنشورة في هذا الكتاب تعبر عن رأي كاتبها
ولا تعبر بالضرورة عن رأي المعهد

مرسوم رقم (39) لسنة 2005م (المواد الثلاث الأتي)

بإنشاء وتنظيم

معهد البحرين للتنمية السياسية

المعدّل بالمرسوم رقم (41) لسنة 2008 والمرسوم رقم (81) لسنة 2009

نحن حمد بن عيسى آل خليفة ملك مملكة البحرين

بعد الاطلاع على الدستور،

وعلى قانون البلديات الصادر بالمرسوم بقانون رقم (35) لسنة 2001،

وعلى المرسوم بقانون رقم (3) لسنة 2002 بشأن نظام انتخاب أعضاء المجالس البلدية،

وعلى المرسوم بقانون رقم (14) لسنة 2002 بشأن مباشرة الحقوق السياسية،

وعلى المرسوم بقانون رقم (15) لسنة 2002 بشأن مجلسي الشورى والنواب،

وعلى المرسوم بقانون رقم (54) لسنة 2002 بشأن اللائحة الداخلية لمجلس النواب،

وعلى المرسوم بقانون رقم (55) لسنة 2002 بشأن اللائحة الداخلية لمجلس الشورى، وبناء على عرض رئيس مجلس الوزراء،

رسمنا بالآتي:

مادة - 1 -

يُنشأ معهد متخصص للتدريب، يسمى "معهد البحرين للتنمية السياسية" يلحق بمجلس الشورى، ويشار إليه في هذا المرسوم بكلمة "المعهد".

مادة - 2 -

يهدف المعهد، في إطار الأسس والمبادئ الدستورية والقانونية، إلى تحقيق الأغراض التالية:

1. نشر ثقافة الديمقراطية ودعم وترسيخ مفهوم المبادئ الديمقراطية السليمة.
2. توفير برامج التدريب والدراسات والبحوث المتعلقة بالمجال الدستوري والقانوني لمتأثي الشعب المختلفة، وبوجه خاص الفئات التالية:
 - (أ) أعضاء مجلسي الشورى والنواب وبعد التنسيق مع المجلسين.
 - (ب) أعضاء المجالس البلدية وبعد التنسيق مع هذه المجالس.
 - (ج) العاملين في وزارات الدولة والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة ومؤسسات المجتمع المدني.
3. نشر وتنمية الوعي السياسي بين المواطنين وفقاً لأحكام الدستور ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
4. دعم وتنمية البحوث العلمية في مجال النظم السياسية والقانون الدستوري.
5. دعم التجربة البرلمانية من خلال شرح ألياتها، وأساليب عملها، وبيان دور السلطة التشريعية الرقابي والتشريعي.
6. دعم تجربة المجالس البلدية، ودورها في خدمة الوطن والمواطن.
7. ترسيخ مبدأ المشروعية وسيادة القانون.
8. توفير البرامج المتعلقة بالدراسات بحقوق الإنسان وفقاً لأحكام الدستور، ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
9. دعم المراكز والجمعيات القائمة على حماية حقوق الإنسان.
10. تدريس أسس وأطر ومبادئ المشروع الإصلاحي الحديث لمملكة البحرين وفقاً لأحكام الدستور، ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
11. تعزيز ونشر ثقافة الحوار وتبادل الرأي.
12. إعداد مؤهلين للانخراط في العمل السياسي.

مادة - 3 -

يُباشر المعهد كافة المهام والصلاحيات اللازمة لتحقيق أغراضه، وله بوجه خاص ما يلي:

1. تحديد برامج التدريب والدراسة والبحوث التي تلائم مختلف فئات الشعب.
2. عقد دورات تدريبية خاصة بالثقافة الديمقراطية لمختلف فئات الشعب.
3. عقد الندوات واللقاءات المختلفة لجميع فئات الشعب؛ من أجل تنمية الوعي بالمشاركة في الحياة السياسية بمختلف أشكالها.
4. جمع ونشر وحفظ الوثائق والمبادئ والأبحاث والمعلومات الدستورية وغير ذلك؛ ممّا يساعد على نشر ثقافة الديمقراطية.

يُعدّ الاتصال الفعّال عنصراً أساسياً في صناعة النجاح وتحقيق الأهداف، سواء على مستوى الفرد أو الجماعة؛ بوصفه مهارةً ضروريةً لتحقيق التواصل والتفاهم والحوار مع الآخرين، ولأسيما بالنسبة للعمل السياسي، والذي تعدّ مهارة الاتصال من أهمّ مهاراته الضرورية للسياسي، كشخص أو كمؤسسة، كونها تجسّد أداة فعّالة، وحلقة وصل لا غنى عنها؛ لكسب الثقة والتأييد الجماهيري لأفكار السياسي وتوجّهاته وبرامجه؛ فالسياسي الناجح اليوم هو السياسي الذي يمتلك مهارات المناقشة، والحوار، والإقناع؛ من أجل تحقيق أهدافه وإقناع الآخرين بها؛ لكسب تأييدهم.

وفي هذا الصدد، يحرص معهد البحرين للتنمية السياسية بالتعاون مع الأمانة العامة لمجلس النواب على تطوير مهارات الاتصال السياسي لدى مختلف شرائح المجتمع عموماً وأعضاء مجلس النواب خصوصاً، كجزء من مسؤولياته وأهدافه في إعداد مؤهلين للانخراط في العمل السياسي في المملكة، ونشر وتعزيز ثقافة الديمقراطية وعرس مبادئها السليمة في المجتمع، وذلك سواء من خلال البرامج التدريبية التي يقدمها لإكسابهم مهارات الاتصال، أو من خلال دعمه للعمل البحثي والدراسات التي تتناول هذا الموضوع.

ويأتي كتاب "مهارات التواصل السياسي"، لمؤلفه موسى عساف، في إطار دعم المعهد للبحوث العلميّة الهادفة في مجال التنمية السياسية، وكجزء من برنامج مهارات برلمانية والذي ينفذه المعهد بالتعاون مع الأمانة العامة لمجلس النواب وحرصاً على تعزيز ونشر ثقافة الحوار وتبادل الرأي، حيث يعتبر الاتصال السياسي من الموضوعات التي تحظى باهتمام واسع، يعكس ما تعيشه المسيرة الديمقراطية في مملكة البحرين منذ انطلاقة المشروع الإصلاحي لحضرة صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة عاهل البلاد المفدى، من أجواء الحرية والانفتاح والحرص على المشاركة السياسية الإيجابية، من جانب مختلف شرائح المجتمع.

وقد أسهمت هذه الأجواء في تنامي مستوى الوعي السياسي لدى الجمهور؛ بحيث أصبحت مهمّة السياسي - أو المؤسسة السياسية - في اقناع الجماهير تتطلب قدراً عالياً من مهارات الاتصال السياسي؛ حتى يتمكن من الحصول على دعم وتأييد الجماهير.

وهو ما يحاول هذا الكتاب أن يقدمه في صورة مبسّطة للقارئ، بحيث تنمّي لديه مهارة الاتصال السياسي، بالشكل الذي يؤهّله لفهم عملية التواصل وأهميتها، والتعرّف على عناصر الاتصال، وكيفية تكوين الرسالة موضع الاتصال، ورصد تأثير هذه الرسالة، إضافة إلى التعرّف على معوقات الاتصال، ومفهوم وعناصر التواصل السياسي، والعلاقة بين السياسة والتواصل.

كما يلقي الكتاب الضوء على أسس التواصل السياسي، والخطاب السياسي، كعنصر أساسي في عملية الاتصال السياسي، ويوضّح دور وسائل الإعلام في عملية التواصل السياسي، وأهمية الاتصال السياسي بالنسبة للدولة والتنظييمات السياسية، وكيفية توظيف الاتصال السياسي في قيادة حملات انتخابية ناجحة، وهو ما يشكل إضافة جديدة تثرى المكتبة الوطنية لمعهد البحرين للتنمية السياسية، وتهيئ للباحثين والمهتمين مزيداً من المصادر العلميّة الموثوقة التي يمكن الاستناد إليها.

يتفق الكثير من المنظرين وعلماء السياسة على أن أحد أهم وظائف العمل السياسي هو "ضبط طبيعة العلاقة بين الحاكم والمحكوم"¹، ومن هذا المنطلق، فإن هذا "الضبط" يحتاج إلى مجموعة من السلوكيات والآليات لتبادل الأفكار والرؤى والرسائل، إلى جانب التأثير في الطرف الآخر ومحاولة إقناعه بتلك الأفكار.

هذه العملية برمتها لا يمكن لها أن تتم إلا بوجود قنوات واضحة المعالم ومحددة بين أطرافها (الحاكم/ المحكوم)، وبآليات معروفة مسبقاً، وعلى رأس هذه الآليات التواصل المباشر؛ والذي من شأنه أن يشكل أقصر الطرق لمعرفة الطرف الآخر، وتبادل الأفكار والخبرات والآراء معه، ومحاولة التأثير عليه. وبالتالي تعدّ عملية التواصل أحد الأدوات الفعالة في التفاعل والتطوير والتغيير بين الجماعات والأفراد.

أما في العملية السياسية فيعتبر التواصل بشقيه؛ العامودي والأفقي، أحد أهم الأسس التي يمكن أن يعتمد عليها السياسي الناجح في توصيل أفكاره ورؤاه. لذلك فمن الضروري له إمتلاك مهارات التواصل وإستخدامها إستخداماً فعالاً مع جميع الأطراف سواء على المستوى العامودي (رؤساء ومرؤوسين)، أو على المستوى الأفقي (مهاورين وزملاء).

أصبحت الحاجة في العصر الحديث، مع التطور الكبير في وسائل الإتصال والتواصل بين الناس وتشعب القضايا والإنتزاح العالمي غير المسبوق، ملحة أكثر إلى ضرورة إمتلاك مهارات التواصل الفعّال؛ خصوصاً للعاملين في المجال السياسي، ومعرفة أهميتها وعناصرها وأشكالها وآلياتها ومؤثراتها السلبية والإيجابية، مع ضرورة تجنب معوقاته التي قد تؤدي إلى فشل عملية التواصل برمتها، وربما تعود بنتائج عكسية وكارثية.

سنحاول في هذا الكتاب، بعون الله، تقديم أحدث المفاهيم في موضوع التواصل، وتحديد أواصل الفعّال في المجال السياسي، وتعريف أهميته في الحياة الإجتماعية؛ ومن ثمّ السّياسية، مع توضيح عناصره الأساسية وتقديم شرح مُسهب لها، والتعريف بآليات التواصل وأشكاله ومعوقاته. ومن ثمّ سننترق للحديث عن مهارات التواصل السياسي وكيفية إكتسابها والإستفادة منها في مخاطبة الجماهير، وشرح القضايا والأفكار في عدد من الحالات. ونختتم بتقديم مقترحات وأفكار عن مهارات التواصل المباشر وغير المباشر، والذي يتم في العادة عبر وسائل الإعلام المختلفة بشقيها: التقليدي والحديث.

أرجو من الله عزّ وجل أن يكون هذا الجهد المتواضع الذي أضعه بين أيدي المهتمين إضافة متواضعة في هذا الجانب؛ كما أتمنى من الجميع مُسامحتي عن أي تقصير أو سهو قد يقع، فما أنا إلا بشر؛ إن أصبت فله المنة والفضل والشكر، وإن أخطأت فمن نفسي؛ وأرجو منه سبحانه وتعالى أن يتجاوز عن أخطائي وزلاتي.

1- وضع هذا التصور فلاسفة الأنوار في بداية النهضة الأوروبية، حيث انتقدوا الأنظمة الاستبدادية القائمة آنذاك، وقد لعب فكرهم دوراً هاماً في قيام الثورة الفرنسية، والتي كانت أحد أشكال ترسيخ الحداثة السياسية.

يعتبر الإتصال من الأدوات الفعالة في التطوير والتغيير والتفاعل بين الجماعات والأفراد، خصوصاً في المجال السياسي؛ لذلك أصبح إمتلاك مهارات التواصل للسياسيين والعاملين في المجال العام من أهم ضروريات العصر، لما تُسهم به من تطوير القدرات والمهارات وإيصال الأفكار وتحقيق الإستفادة القصوى من أدوات ومهارات التواصل الشخصية. كما أنه يعكس القدرات الفردية على المناقشة والحوار والإقناع، وصولاً إلى تحقيق الأهداف التي يسعى إليها السياسي.

لذلك فقد إهتمت الدراسات العلمية على تعريف التواصل/الإتصال، وتحديد المفاهيم الأساسية له كعلم، من ثم إهتم الخبراء بتدريب الأفراد والجماعات على مهارات التواصل كأحد أهم المهارات التي يجب أن يمتلكها جميع الأشخاص، وعلى وجه الخصوص العاملين في المجال السياسي والشأن العام.

أما في الجانب السياسي؛ فيعتبر التواصل أحد أهم المهارات التي يجب أن يُتقنها العاملون في هذا المجال، لأنه الوسيلة الفعالة في حل الخلافات والإختلافات، سواء على الصعيد الفردي أو الجماعي. وهو أحد أهم الأساليب التي يمكن أن يستخدمها السياسيون بعية الوصول إلى أهدافهم، وتحقيق طموحاتهم، ونقل أفكارهم ورؤاهم إلى الآخرين. فهو الأساس في شرح وتقديم البرامج للمرشحين للإنتخابات على كافة مستوياتها البرلمانية أو البلدية أو الرئاسية؛ كذلك هو الطريق الأنجع للوصول إلى القاعدة الجماهيرية العامة في المجتمع، وشرح السياسات العامة للدولة وتوجهاتها وخططها وأفكارها المستقبلية؛ ومن خلاله يتم التواصل مع الجماعات والأفراد لشرح وجهات النظر والأفكار.

ولأن التواصل عملية إنسانية، فهي مستمرة وغير مرتبطة بمكان أو زمان أو حتى سنٌ محدد أو مستوى ثقافي أو إجتماعي معين. لكن الإختلاف يكمن في الأسلوب والطريقة التي تتم فيها عملية التواصل تبعاً للحالة والظرف والطرف/الأطراف الذين يتم التواصل معهم؛ والتي يمكن أن تكون على شكل لقاء وحوار مباشر مع الطرف/الأطراف الأخرى، أو من خلال رسائل مكتوبة عبر وسائل الإعلام المطبوعة، سواء التقليدية أو الإلكترونية؛ وقد يكون عبر الصوت أو الصورة، كما في الرسائل الإذاعية أو التلفزيونية.

وعليه فقد إعتبر الخبراء أن إمتلاك مهارات التواصل والقدرة على الوصول إلى القواعد الشعبية والأفراد هي واحدة من أهم الآليات التي يجب أن يمتلكها السياسي الناجح، وهي ما سينعكس لاحقاً وبشكل إيجابي على أداءه لوظيفته السياسية، ويحقق له النجاح والإستمرارية.

تعريف التواصل

يمكن تعريف عملية التواصل في أبسط أشكالها بأنها "تفاعلٌ بين فرد أو مجموعة من الأفراد وبين فرد آخر أو مجموعة أخرى من الأفراد بهدف المشاركة في تعديل سلوك هؤلاء الأفراد"⁽¹⁾.

ومن هذا التعريف نستنتج أن التواصل هو عملية إنسانية بحثه، تقوم على استثمار الإمكانيات الفردية بالإرسال والاستقبال، ونقل الرسائل باستخدام الوسائل المختلفة التي تتناسب مع الحالة.

أما في اللغة العربية؛ فقد تمت الإشارة إلى التواصل على أنه "الإقتران والإتصال والصلة والترابط والإلتئام والجمع والإبلاغ والإنتهاء والإعلام"⁽²⁾. أما في اللغة الإنجليزية، فقد جاءت كلمة (Communication)، بمعنى "إقامة علاقة وتراسل وترابط وإرسال وتبادل وإخبار وإعلام"⁽³⁾.

لذلك، ليس هناك إختلاف كبير بين معنى التواصل في اللغة العربية واللغات الأجنبية بشكل عام، ما يعني أن التواصل، وبغض النظر عن اللغة التي يتم بها، هو الصلة بين طرفين (مُرسل/مُستقبل)، يتم من خلالها تبادل الأفكار والآراء والأخبار، ونقل الرسائل المختلفة.

أما اصطلاحاً، فقد كان هناك شبه إجماع على تعريف التواصل؛ إلا أن الخلافات القليلة بين المختصين لم تخرج عن السياق العام الذي تم الإتفاق عليه. فعلى سبيل المثال: عرّف بعض المتخصصين التواصل على أنه "عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعارف والمشاعر بين الذوات والأفراد والجماعات؛ وقد يكون هذا التواصل ذاتياً (شخصياً)، أو تواصلاً غيرياً (مع الغير)، وقد يُبنى على الموافقة أو على المعارضة والإختلاف"⁽⁴⁾.

أما شارل كولي، فقد عرّف التواصل على أنه "الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور"⁽⁵⁾، وأضاف أنه يتضمن "كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المجال وتعزيزها في الزمن، متضمناً أيضاً تعابير الوجه وهيئات الجسم والحركات ونبرة الصوت والكلمات والكتابات والمطبوعات والقطارات والتلغراف والتلفون، وكل ما يشمله آخر ما تم في الإكتشافات في الزمان والمكان"⁽⁶⁾.

يتضح مما سبق أن عملية التواصل لا تقتصر فقط على الكلام (إرسال/إستقبال)، وإنما يشمل أيضاً كل حركات الجسم التعبيرية، ويتم ذلك من خلال كافة الوسائل المتاحة بما في ذلك وسائل التكنولوجيا الحديثة؛ الإذاعة، التلفزيون، الهاتف، الإنترنت.

1- تاغوينات علي، التواصل والتفاعل، المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية، الجزائر، 2009، ص 16.

2- جميل حمداوي، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي، شبكة الألوكة، المغرب، 2015، ص 5.

3- المصدر السابق، ص 6.

4- كمال الدسوقي، ذخيرة علوم النفس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1988، ص 722.

5- عبد الكريم غريب وآخرون، معجم علوم التربية.. مصطلحات البداغوجيا والديداكتيك، منشورات عالم التربية، المغرب، 2001، ص 332

6- عبد الكريم غريب وآخرون، مصدر سابق، ص 332.

أهمية مهارات التواصل

لا يمكن لنا أن نتخيل أن هناك إنساناً يعيش معزولاً عما حوله؛ سواء في المجتمع الصغير (الأسرة/البلدة/المدينة)، أو في المجتمع الكبير (العالم من حولنا). فالإنسان بطبعه إجتماعي النزعة يحتاج إلى كل من حوله كما يحتاجونه أيضاً. ومن هنا تبرز أهمية مهارة التواصل، والتي من خلالها يمكننا أن نعبّر عن ذاتنا وحاجتنا وأفكارنا وأرائنا للآخرين؛ وفي ذات الوقت إستقبال حاجات الآخرين، وتضمها والتفاعل معها.

لذلك تشمل عملية التواصل في مفهومها الأوسع الطرفين (المُرسل/المستقبل). فلا يمكن أن تكون متوصلاً مع الآخرين بطريقة جيدة إذا لم تكن لديك القدرة على الإصغاء الجيد والتفاعل مع ما يتم طرحه أو مناقشته. فالتواصل لا يُعني بالتعبير عن الذات فقط، وإنما أيضاً بالقدرة على تفهم الآخر والتفاعل معه فيما يطرح.

لأجل ذلك لا يمكن لأي عملية إنسانية أن تكون على مستوى عالٍ من الأهمية، إلا أن يكون لها أهداف، وهي الغاية المقصودة من العملية. لذلك فإن للتواصل أهدافاً عدة على المستويين العام والخاص، وسيتم تناول هذه الغايات في الصفحات اللاحقة.

وتكمن أهمية مهارات الإتصال في إتاحة إستخدام الوسائل الإتصالية بكل أنواعها؛ والتي تشمل القدرة على إستخدام كافة أشكال ووسائل التخاطب التي حددها الخبراء فيما يلي⁽⁷⁾:

1. التخاطب اللساني أو الشفوي.
 2. التخاطب بلغة الجسد، أو التخاطب الجسدي.
 3. إستخدام وسائل الإتصال الحديثة، أو ما يُعرف بالتواصل التكنولوجي.
 4. القدرة على خلق لغة خاصة لإكمال عملية التواصل.
- يتطلب كل ذلك إمتلاك بعض المهارات الفردية التي تؤدي إلى نجاح عملية التواصل، وتحقيق الهدف والغاية منها، ومن أهم هذه المهارات⁽⁸⁾:

1. القدرة على صياغة الرسالة بشكل يتوافق مع مستوى المستقبل.
2. العمل قدر الإمكان على الإبتعاد عن تأثيرات التشويش في عملية الإتصال.
3. تحليل إستجابة المتلقي للرسالة، وتقييم مدى تأثيرها عليه.

7- عبدالفتاح حسين، مقدمة في علم الاتصال، دار البراع الحديثة، الاردن، 1988. ص 23.

8- عبدالفتاح حسين، مرجع سابق، ص 27.

كما تهيء مهارات الإتصال للعاملين في مختلف المجالات الفرصة لتحقيق أهدافهم. فمن يمتلك مهارات الإتصال، هو الأقدر على إقناع من حوله بأفكاره، وهو أيضاً القادر على تحليل الإشارات وردود الفعل من الطرف/الأطراف الأخرى وقراءة رسائلهم؛ وبالتالي فهو من يستطيع أن يؤثر على جمهوره ويحقق النجاح في مجال عمله.

ونستطيع من خلال التواصل أن نتبين الكثير من الحقائق التي يمكن أن تكون مغيبة أو مجهولة بالنسبة لنا عن الآخرين أو للآخرين عنا؛ وتتيح رؤية الصورة على حقيقتها دون تكهنات أو توقعات أو فرضيات، والتي قد تكون في أغلبها مبنية على غير الحقيقية ومشوهة.

كذلك فإن للتواصل دور كبير في تبادل الخبرات والمعارف والمهارات بين البشر؛ مما يسهم في رفع مستوى المعرفة بكل أشكالها بين الناس، وتحقيق أهداف كل طرف في المعرفة، وتحقيق الإنجازات على المستوى الفردي أو المؤسسي الجماعي، أو حتى على مستوى الدولة والعالم.

كما ويُعد التواصل أحد الوسائل التي يمكننا من خلالها إبلاغ الرسائل للآخرين، وتحقيق الأهداف الموضوعية سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، كذلك فإن التواصل هو الوسيلة الوحيدة لحل الخلافات والإختلافات، والتقريب في وجهات النظر بين الفرقاء.

أما في العمل السياسي، فإن التواصل هو أحد أهم الأدوات التي يمكن من خلالها تحقيق الأهداف السياسية للعاملين في هذا الحقل، سواء على المستوى الشخصي أو مستوى المؤسسة السياسية (جمعية/ حزب/ دولة). فلا نجاح للمرشحين للمناصب النيابية. على سبيل المثال: بدون التواصل مع القواعد الشعبية من أجل نقل الأفكار والبرامج الانتخابية لهم، والتي على أساسها يتخذ الناخب قراره في إختيار المرشح الذي يراه مناسباً⁽⁹⁾.

كذلك فالسياسي في المنصب الحكومي، وبغض النظر عن المستوى الوظيفي، بحاجة ماسة للتواصل مع الجمهور لنقل رؤيته الشخصية أو رؤية المؤسسة التي يعمل بها، أو الدولة وبرامجها وخططها في مختلف القضايا؛ لأن التعقيم أو تجاهل التواصل مع الناس وشرح القضايا لهم، يؤدي إلى وجود ثغرات كبيرة بين النُخب السياسية والقواعد الشعبية (المواطنين). وبالتالي سينعكس هذا التجاهل بشكل سلبي، وربما كارثي، على العلاقة بين الطرفين. وربما يؤدي إلى سوء فهم للقرارات السياسية مما يسمح بانتشار الإشاعة والتكهنات، والتي قد تكون أثارها وخيمة على المجتمع والسياسي على حد سواء.

9- مايا تجيرنستروم وآخرون، الأحزاب السياسية والمرشحون، شبكة المعرفة الانتخابية. 2006، <https://aceproject.org/>

عناصر الإتصال

عملية الإتصال هي عمليةٌ مشاركةٍ بين طرفين (المُرسل/المستقبل)، وبالتالي لا يجب النَّظر إلى أن مجرد إرسال رسالة، بأي شكل، هو تحقيق لعملية الإتصال؛ بل أن هناك عناصر يجب الأخذ بها حتى يتحقق الهدف من الرسالة. وهناك من العوامل ما يجب الإنتباه إليه فيما يختص بطبيعة الرسالة ولغتها ونوعية المتلقي ومستواه الثقافي والاجتماعي وتأثيرها عليه؛ إضافة إلى التركيز على العوامل الخارجية التي يُمكن أن تؤثر على سير عملية التواصل؛ وهو ما تنبّه إليه العديد من الخبراء والمدربين، وأطلقوا عليه (عوامل التشويش)، والتي في الإجمال تكون خارجة عن إرادة المُرسل أو المتلقي، أو لجهلها بها أو تجاهلها؛ ولكنها تترك أثارها السلبية على عملية التواصل، وربما تنجح في تحقيق فشل عملية التواصل بين الطرفين، بل وربما تأتي بنتائج سلبية وقاسية على الطرفين.

وقد إتفق أغلب الخبراء في هذا المجال على خمسة عناصر في عملية التواصل، ولكن في الآونة الأخيرة تم الإنتباه لعوامل أخرى. وهنا سنقوم بتفصيل عناصر التواصل مع شرح مستفيض لكل منها وهي⁽¹⁰⁾:

أولاً: الرسالة (MESSAGE)

يمكن تعريف الرسالة بأنها "الفكرة أو المعنى أو المحتوى الذي ينقله المُرسل إلى المستقبل"⁽¹¹⁾. وعلى هذا الأساس، يجب أن تتضمن الرسالة المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوع معين، والتي يعبر عنها برموز مفهومة لكلا الطرفين تكون على شكل لغة منطوقة أو غير منطوقة (كتابة، إحياءات جسدية،...)، حيث يتم التعرف على فاعلية عملية الإتصال بالفهم المشترك للموضوع، واللغة التي يمكن أن تقدّم بها. ومثال على ذلك المصطلحات العلمية والرياضية والتكنولوجية، والتي ستكون مفهومة بالنسبة للمتخصصين في هذه المجالات، بينما تعتبر مجهولة وغير مفهومة للآخرين أو لغير المتخصصين. وعليه فستكون هناك فجوة كبيرة في فهمها بين الطرفين، وذات الأمر ينطبق على إستخدام المرسل للغة لا يفهمها المتلقي، أو إشارات وإيماءات ذات مدلولات مختلفة بين الطرفين مرتبطة بالبيئة الثقافية أو المستوى الإجتماعي أو العملي.

كذلك تعتمد فعالية الإتصال أيضاً على كمّ المعلومات التي تتضمنها الرسالة، ومدى فهمها من حيث التعقيد والتبسيط، فالمعلومات القليلة والمختزلة قد لا تحقق الهدف دائماً، ولا تلبى حاجة المستقبل، ولا تجيب على تساؤلاته، وهو ما يجعل عملية التواصل عرضة للتشويش.

10- محمد الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمامك، 2012. http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html

11- محمد الموسوي، مصدر سابق.

وفي ذات الوقت فإن الكثير من المعلومات وتعقيدها سيجعل من الصَّعب على المستقبل إستيعابها وتحليلها بطريقة جيدة ومن ثم فهمها، وبالتالي فسيصعبُ عليه الربط بين هذا الكمِّ الكبير من المعلومات وإستيعابها فتضيع الرسالة.

ثانياً: المرسل أو المَصْدَر (SOURCE)

يرى البعض أن المرسل هو من يحمل معلومات أو رسالة محددة يريد إيصالها إلى الآخرين بإختياره أفضل السبل لنقلها ولجعلها مؤثرة.

فيما يرى آخرون أن المرسل أو المَصْدَر هو من قام بإنشاء الرسالة، ويمكن أن يكون المصدر فرداً أو مجموعة من الأفراد أو شركة أو مؤسسة أو جماعة أو حزب سياسي؛ ويستخدم الكثير من الخبراء كلمة (المصدر) للدلالة على القائم بالاتصال أو المرسل.

وتذهب بعض الدراسات إلى القول بأن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال؛ ويدلُّون على ذلك بالخبر الصحافي في التلمزيون، حيث أن قارئ الخبر هو القائم بالاتصال بشكل مباشر مع الجمهور ولكنه ليس مصدراً للخبر.

وتذهب بعض الدراسات إلى إعتبار كلِّ من شارك في الرسالة بأي شكلٍ من الأشكال هو القائم بالاتصال، حتى وإن لم يظهر في الصورة.

ثالثاً: المُستقبل أو المتلقي (RECEIVER)

المُستقبل هو من يتلقى الرسالة الإتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها؛ ويمكن أن يكون المستقبل، كما المرسل، فرداً واحداً أو مجموعة من الأفراد.

وبالتأكيد تلعب عملية فهم الجمهور وخصائصه وظروفه دوراً كبيراً في إدراك وفهم معنى الرسالة، ودرجة التأثير التي تحققها في عقلية الجمهور، كما لا يمكن التوقع بأن يصدق الجمهور الرسالة الإعلامية وينصاع لها، إذ من المحتمل أن يرفضها إذا لم تتوافق مع ميوله وإتجاهاته ورغباته وأفكاره؛ بل ربما يتخذ جزء من الجمهور موقفاً عدائياً من الرسالة، فيما قد لا يتفاعل الجزء الآخر معها، وسبب هذا الإختلاف في ردة فعل الجمهور هو مدى فهم وإدراك الرسالة المرسل.

رابعاً: القناة أو الوسيلة (CHANNEL)

وهي الأداة التي يتم بواسطتها، أو من خلالها، نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف هذه الوسيلة مع إختلاف مستوى الإتصال. ففي حالة الإتصال مع أعدادٍ كبيرة من الجماهير، يتم إختيار

وسيلة إعلامية مثل الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون، أو إحدى وسائل الإتصال الحديثة المعتمدة على الإنترنت، مثل مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية. أما في حالة الإتصال الجماعي في الخطب أو الندوات والمؤتمرات، فإن المايكروفون هو الأداة. ويمكن أيضاً استخدام أدوات أخرى مثل المطبوعة أو الأفلام التعريفية. أما في حالة الإتصال المباشر مع الطرف الآخر، فلا يتم استخدام أي وسيلة من وسائل الإتصال التكنولوجية، بل الإكتفاء بنقل الرسالة بشكل مباشر وطبيعي وجهاً لوجه.

خامساً: رجع الصدى أو ردة الفعل (FEED BACK)

يأخذ رجع الصدى أو ردة الفعل إتجاهاً مُعاكساً في عملية الإتصال؛ فيتحوّل المُستقبل إلى مُرسِل للتعبير عن موقفه من الرسالة، ومدى فهمه وإستجابته أو رفضه لها، في حين أصبح قياس ردة الفعل من المهام الرئيسية في عملية الإتصال لأنه يقوم العملية برمتها، ويحدد مدى نجاعتها في تحقيق أهدافها.

سادساً: التأثير (EFFECT)

يعتبر التأثير من المسائل النسبية والمتفاوتة بين شخص وآخر، ومجموعة وأخرى. فني الأغلب لا يُمكن قياس مدى تأثير الرسالة على الجمهور بشكل فوري، لأن التأثير يكون عادة بطيئاً على بعض الأفراد، فيما يكون مؤقتاً على البعض الآخر، وينتهي بإنتهائها تلقي الرسالة. ولأن التأثير هو الهدف الأساسي الذي يسعى إليه المرسل، وهو النتيجة التي يتوقع تحقيقها؛ فإن ذلك يتم على خطوتين هما:

1. التغيير في التفكير.
2. التغيير في السلوك.

سابعاً: التشويش

يمكن تعريف التشويش بأنه: العوامل الداخلية أو الخارجية التي تعيق الإتصال، أو تقلل من دقته، وقد تنبه الخبراء إلى هذا الأمر، وصفوه إلى ثلاث مستويات رئيسية:

التشويش التقني: وهو ما يمكن أن يقع من أخطاء فنية خلال نقل الرسالة، وبالتأكيد فإن هذا الأمر له آثار سلبية على المرسل والمتلقي والرسالة؛ كأن ينقطع إرسال المحطة التلفزيونية أو الإذاعية لأسباب فنية، أو أن يتم قطع أو إضعاف شبكة الإنترنت في حال نقل الرسالة على أحد المواقع الإلكترونية، أو تعطل المايكروفون في حالة الخطب أو الندوات.

التشويش البشري: وهو قيام فردٍ أو مجموعة من الأفراد بإعاقة وصول الرسالة. ويكون ذلك إما بقصدٍ أو دون قصد، مثل أن يقاطع أحد أفراد الجمهور أحد المتحدثين في ندوةٍ رفضاً لآراءه وأفكاره؛ أو أن يقوم آخر بالتحدث في الهاتف مما يُعيق مَنْ حوله عن الإستماع للرسالة.

قصور الأدوات لدى المرسل أو المستقبل: ويعني عدم إستيعاب المرسل لأدوات المستقبل. ومثال على ذلك هو عدم إستخدام الرسائل التلفزيونية في مجتمع لا يوجد لديه كهرباء أصلاً؛ وبالتالي عدم وجود أجهزة التلفزيون، أو إستخدام المواقع الإلكترونية لإيصال رسالة إلى كبار السن، أو مَنْ لا يملكون معرفة وإطلاعا على وسائل الإتصال الحديثة.

أنواع الإتصال

يعتبر الإتصال من أقدم الأنشطة التي عرفها الإنسان. ولا يمكننا تصور عالم دون عمليات الإتصال؛ كذلك لا يمكن أن تستقيم الحياة البشرية على هذا الكوكب دون تواصل بين أفرادها، فهو القاعدة والأساس للعلاقات بين الأفراد والمجموعات على حد سواء.

كذلك فإن الإتصال يعد من أهم العوامل المؤثرة على الحياة البشرية؛ سواء الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية منذ أن وجد الإنسان على هذه الأرض.

وقد عرف الإنسان قديماً أنواعاً محددة من الإتصال، يمكن تسميتها بـ الإتصالات البسيطة، حسب بيئته وحاجاته؛ ولكن مع تقدم العلم والتكنولوجيا في العصر الحديث، ظهرت أنواعاً جديدة من الإتصال تميّزت عما سبقها بالسرعة والدقة والوضوح. وكما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تحسين صورة الإتصال بين الأفراد والمجموعات؛ إضافة إلى أنها ساهمت، وبشكل واضح جداً، في إيجاد نوع من الحوار المباشر بين المرسل والمستقبل.

لذلك فإن للإتصال أشكالاً عدة، سنحاول التعرّض لأبرزها:

أولاً: الإتصال الذاتي

وهو الإتصال الذي يكون محوره الفرد ذاته، بحيث يكون الفرد نفسه هو المرسل والمستقبل في نفس الوقت. وهو أحد أكثر أنواع الإتصال إستخداماً في حياتنا اليومية؛ حيث يتخذ الفرد قراراته بناء على المعلومات التي يتلقاها من حواسه، وهو نتيجة مخاطبته لنفسه فيما يتعلق بالأفكار والمشاعر التي تدور في خلد، حيث تكون وسيلة الإتصال هي المخ الذي يُترجم الأفكار والمشاعر، ويفسرها ويتخذ القرارات بناءً عليها⁽¹²⁾.

ثانياً: الإتصال الشخصي

يتم هذا النوع من الإتصال بين الفرد والأشخاص الآخرين؛ ويسمح بحُدوث تفاعل مباشر بين المرسل والمستقبل؛ وكذلك بتدفق المنبهات وتفاعلها بين الطرفين والذي يكون محصلته النهائية في الأغلب نتائج إيجابية لكلا الطرفين. ويعتبر الإتصال الشخصي أكثر مناسبة للموضوعات المعقدة والمثيرة للجدل، والتي يعقل مناقشتها أولاً ثم تبيت، وهذا النوع هو أحد أنواع الإتصال وأقربها إلى النفس البشرية⁽¹³⁾.

والإتصال الشخصي نوعان:

الإتصال المباشر؛ وهو الذي يتم عادةً وجهاً لوجه، حيث يتواجد المرسل والمستقبل في ذات المكان؛ وقد يتحول المرسل إلى مستقبل وبالعكس؛ وفي هذا النوع يحصل الطرفان على ردود فعلٍ مباشرة.

الإتصال غير المباشر؛ والذي يتم عادةً من خلال وسيلة آلية مثل الهاتف أو الرسائل أو التواصل عبر الإنترنت. وفي هذا النوع يمكن أن تتأخر التغذية الراجعة.

12- مهارات الاتصال، الجامعة الالكترونية السعودية، السعودية، 2012، ص 27،

https://seustudents.files.wordpress.com/2013/09/seu_com_small.pdf

13- علاء الدين ناطورية، الإدارة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، دار زهران، الأردن، 2009، ص 53.

ثالثاً: الإتصال الجماعي

وهو الإتصال الذي يقوم بين شخص ومجموعة من الأشخاص المتواجدين في ذات المكان مثل عملية التواصل بين المعلم والتلاميذ، وبين خطيب المسجد والمصلين، أو بين المتحدث في ندوة ما والجمهور. وفي هذا النوع من الإتصال يكون المرسل والمستقبل في ذات المكان، وقد يحدث أن يتلقى المرسل ردود الفعل مباشرة من جمهوره، مما يساهم في سهولة إيصال الفكرة وتوضيح ما قد يلتبس على المتلقي⁽¹⁴⁾.

رابعاً: الإتصال الجماهيري

وهو الإتصال الذي يتم عادة بين شخص وعدد كبير من المتلقين الذين لا يتواجدون في ذات مكان المرسل، وفي هذا النوع من الإتصال يكون المرسل معروفاً لدى المتلقين، كما يحدث في وسائل الإعلام المختلفة، حيث يكون الإتصال في إتجاه واحد. هذا النوع يتقل عملية الإتصال إلى المستوى الأشمل والأعم والأكثر تأثيراً، وهو ما يحتم وجود مستوى مهني عالٍ في التواصل لدى المرسل.

كذلك يمكن إدراج هذا النوع من الإتصال تحت أكثر الأنواع تعقيداً، لأنه يحتوى على أنواع الإتصال الأخرى؛ الذاتي والشخصي. وبطبيعة الحال فإنه يتجاوز القنوات الحسية المعروفة نتيجة وجود أعداد كبيرة من (المستقبلين)، حيث يأخذ في الإعتبار الطبيعة الخاصة للجمهور، وإختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية؛ إضافة إلى بُعد الجمهور المكاني عن المرسل وعن المستقبلين الآخرين⁽¹⁵⁾.

خامساً: الإتصال الخارجي

أضاف بعض الأكاديميين والخبراء هذا النوع من الإتصال إلى الأنواع الأربعة السابقة، وهو ما يتم من إتصال بين الفرد والبيئة المحيطة به؛ ويعتمد على إستقبال المنبّهات التي ترسلها البيئة الى وعي المستقبل. فعملية حدوث البرق والرعد هي رسالة من البيئة إلى الأفراد بأن هناك احتمال لسقوط الأمطار، وكذلك الأمر بالنسبة للملوثات البيئية التي يتعرض لها الفرد بشكل يومي⁽¹⁶⁾.

14- ناصر حامد، نظريات اتصال، محاضرات، جامعة 6 أكتوبر، القاهرة، 2015، ص 17.

15 ناصر حامد، مصدر سابق، ص 17.

16- هادي الربيعي، أنواع الاتصال، مدرسة الصحافة المستقلة، 2009، #36، <http://www.ijschool.net/news.php?action=view&id=36>، V6zXi_195dg

الإتصال الفعّال

تشير الكثير من الدراسات الحديثة إلى أن النجاح الذي يحقّه الإنسان يرتبط بقدرته على الإتصال الفعّال مع الآخرين، من خلال نقل رسائله وأفكاره وآراءه بكل إحترافية وثقة. وأثبتت الدراسات أيضاً إلى أن 85% من نجاحات الإنسان تعتمد على إتقانه لمهارات التواصل مع الآخرين، فيما يُعزى الـ 15% من هذا النجاح إلى إتقان مهارات العمل⁽¹⁷⁾.

لذلك فمن الضروري، ولكي نستطيع التواصل مع الآخرين بفعالية، إتقان أسس التواصل الفعّال، والعمل على بناء مكونه الأساسي وهو المصداقية والثقة مع الآخرين. فالثقة والمصداقية هما المكونان الأساسيان اللذان يسهلان المباشرة بعملية التواصل، ويمهدان لإستعداد المتلقي للإستماع لما يقوله المرسل.

وقد عرّف أستاذ الإعلام بجامعة الشارقة، الدكتور محمد الأمين موسى، الإتصال الفعّال بأنه "الفعل الذي يحقق أقصى درجات التواصل بإستثمار كافة إمكانيات الإلقاء والتلقي بإستخدام الوسائل والوسائط التي تناسب الحال في بعديه الزماني والمكاني"⁽¹⁸⁾.

ومن هذا التعريف يمكننا الإقترب أكثر من عناصر التواصل الفعّال، والذي يتضح في أربعة عناصر رئيسة هي؛ الفعل، التوازن، الإستخدام، الموائمة.

1. **الفعل:** وهو أن مهارات التواصل الفعال هي من الأمور المكتسبة في الحياة، والتي يمكن تعلمها والتدرب عليها وإتقانها من خلال توظيف المهارات والطاقت والمعارف.

2. **التوازن:** لأن عملية التواصل قائمة على طرفين أساسيين هما (المرسل/المستقبل)، فإن عملية التوازن بين الإلقاء والتلقي تعتبر من العناصر الهامة في التواصل الفعّال. فالمرسل يبذل كل جهده وإمكاناته لإيصال رسالته إلى المستقبل بسهولة وبسر، وبأسلوب مفهوم وميسر. أما المستقبل فيجب أن تتاح له البيئة الملائمة للتلقي من خلال لغة الرسالة وإحترام قدراته الإستيعابية.

وهذا التوازن، بين المرسل والمستقبل، هو ما يجعل التواصل فعالاً، ويميزه عن التواصل غير الفعال الذي يؤدي في أحيان كثيرة إلى سوء الفهم، وربما وقوع أثر عكسي للرسالة.

3. **الإستخدام:** من المهم، لتحقيق التواصل الفعال، القيام بإستخدام كل أشكال التواصل: الذاتي، الشخصي، الجماهيري؛ مع توظيف الوسائل والوسائط الحديثة المتاحة من صورٍ أو أفلام للوصول إلى الفاعلية القصوى لعملية التواصل.

4. **المواءمة:** تحقق موائمة جميع عناصر عملية التواصل في بعديها الزماني والمكاني الهدف من عملية التواصل؛ بل وتصل إلى مستوى التواصل الفعّال، وهو المبتغى.

17- برت دكر، فن الإتصال، ترجمة عبدالرحمن الشمrani، دار المعرفة للتنمية البشرية، الرياض، ومؤسسة الريان، بيروت، 2000. ص 9.

18- محمد الأمين موسى، التواصل الفعال.. الأسس النظرية والمجالات التطبيقية، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي جامعة الشارقة، الشارقة، 2012. ص 17.

أشكال الإتصال

يظهر الإتصال في شكلين فقط، هما:

1. **الإتصال اللفظي**؛ والذي يتم بالكلام المنطوق، سواء على شكل محادثة أو إجتماع؛ وقد يكون مكتوباً على هيئة تقارير أو كتب أو منشورات أو غيرها.

ويتميز الشكل الكتابي من الإتصال اللفظي بسهولة الإحتفاظ به والعودة إليه إذا دعت الحاجة. كما يتميز بقدر عالٍ من حماية المعلومات والبيانات دون تحريف⁽¹⁹⁾.

أما عيوبه فتتلخص في بطء توصيل المعلومة، أو عدم قدرة المستقبل على فهم الكلام المكتوب، أو فهمه بشكل خاطئ.

2. **الإتصال غير اللفظي**؛ وفي هذا الشكل يتم نقل المعلومات والأفكار دون الحاجة إلى اللغة؛ حيث إمكانية استخدام الإيماء واللمس وتعابير الوجه وحركات اليدين، إضافة إلى إمكانية استخدام التعابير الصوتية والتي عادة تعبر عن مشاعر المرسل⁽²⁰⁾.

ومن المفيد التنبيه إلى أن هناك بعض القواعد التي يمكنها أن تسهم في تحسين ملكات الإتصال غير اللفظي، منها:

- الإفتتاح على الآخر، وتقبل المقترحات بكل ود.
- الإعتدال خلال الجلوس، وهو دليل على إحترام الطرف الآخر.
- عدم إغفال أهمية النظر إلى الآخر حين التواصل معه.
- مصافحة الطرف الآخر بلطف قبل وبعد عملية التواصل.
- الإنصات للطرف الآخر والهدوء.

19- عازة محمد سلام، مهارات الاتصال، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، مصر، 2007. ص 9.
20- للمزيد من الفائدة يمكن الرجوع إلى بحث حسن الهلالي، مجلة علامات، العدد 26، 2006. كلية الآداب والعلوم، جامعة محمد الخامس، الرباط.

معوقات الإتصال

تتم عملية الإتصال بهدف تبادل المعلومات والأفكار بين المرسل والمستقبل من خلال قنوات أو أشكال معينة. لذلك فمن الطبيعي أن تتعرض هذه العملية لبعض التشويه في معناها، أو أن تعطل مما ينتج عنه سوء فهم الرسالة، أو عدم وضوحها لدى المستقبل.

وقد تم تعريف معوقات الإتصال بأنها "المشاكل أو الإشكاليات التي تواجه أحد عناصر الإتصال، وتؤثر في كفاءة وجودة عملية الإتصال"⁽²¹⁾. كما تم تعريفها بأنها "كافة المتغيرات التي تمنع عملية تبادل المعلومات، أو تؤخر إرسالها أو استقبالها، أو تشويه معانيها"⁽²²⁾. لذلك من المهم التعرف على هذه المعوقات، ومحاولة الحد منها قدر الإمكان، لضمان سير عملية إتصالية تحقق الأهداف الموضوعية للرسالة.

وقد تم تقسيم معوقات الإتصال إلى مجموعة تتعلق بعناصر الإتصال، هي:

1. الأحكام المسبقة؛ حيث يقوم أحد طرفي عملية الإتصال بإصدار أحكام مسبقة ومنتسرة على الرسالة، أو على الطرف الآخر؛ مما يعني تشوها في عملية الإتصال.
2. إستخدام أسلوب الهجوم دائماً؛ ومن ضمنها الإعتماد بشكل كبير ومستفزز على العبارات التخصيضية والتقريرية التي تضع الطرف الآخر في حالة من الدفاع عن النفس، وهو ما سيعمل على إضاعة فحوى الرسائل وأهدافها.
3. مقاطعة الطرف الآخر؛ إن تكرار مقاطعة الطرف الآخر يسبب نوعاً من الإرباك والعدائية، مما يسهم في رفع مستوى الحدة في الحوار على حساب المعلومات المتبادلة، إضافة إلى أن المقاطعة المستمرة دليل على عدم الإكترتات بالطرف الآخر.
4. عدم الإستثارة عند مقاطعة الآخر؛ من المعلوم أن لا أحد يرغب في أن تتم مقاطعته عند الإلقاء برأيه أو فكرته؛ لذلك يجب تجنّب الردّ بعنف عند المقاطعة وإستخدام الأسلوب الهادئ والتعليقات غير المباشرة.
5. الإستحواذ على الحديث؛ من غير المقبول سلب الآخر فرصته وحقه في التعبير عن وجهة نظره من خلال الإستحواذ على الحديث بشكل منفرد؛ لأن ذلك يوصل رسالة مفادها عدم الإهتمام برأي وأفكار الآخر؛ كما أننا بحاجة إلى الإستماع للآخر للتعرف على آراءه وأفكاره وخبراته.

21- محمد فاروق الجميل ومرورة السيد عبدالرحيم، الاتصال ماهيته وعناصره ووظائفه ومعوقاته، دورة تدريبية، معهد البحوث الزراعية، القاهرة، 2015.

22- إبراهيم العدة وأحمد أبو عرقوب، معوقات الاتصال لدى طلبة الجامعة الأردنية، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد 42، ملحق 2، 2015، ص. 1348.

-
6. الأسئلة الإستدرجية؛ وهو أسلوبٌ يُشعر الطرف الآخر بأنه تعرّض إلى مؤامرة أو إستدراج لفكرة معينة، وهو ما يُشعره بمقدان الثقة ورفض كل الآراء والأفكار المطروحة.
7. الإستهزاء والسخرية: يعمد بعض المحاورين إلى اعتماد أسلوب السخرية والإستهزاء من آراء وأفكار الآخرين؛ وهو ما يسهم في إنحراف الرسالة المراد نقلها للطرف الآخر عن مسارها الصحيح، وربما تأتي بعكس ما أريد منها.
8. البحث عن أخطاء الطرف الآخر: حيث يعمد بعض المحاورين إلى التركيز على الأخطاء، مما يسهم في خلق نوعٍ من العدائية لدى الطرف الآخر، وإضاعة وقت الحوار في محاولة تبرير الأخطاء أو الدفاع عن النفس، وهو ما يُقصد الحوار أهميته ويجعله بلا قيمة حقيقية.
9. الجدل؛ وهو حالة تُصيب الكثير من المتحاورين، حيث ينخرط الطرفان في الجدل حول موضوعات هامشية، وربما تكون خارج سياق الحوار، مما يسهم في زيادة حدّة الخلاف دون الوصول إلى قناعات أو نتائج واضحة.

العمل السياسي والتواصل

يعتبر التواصل السياسي، بكافة مفاهيمه المعروفة، حلقة الوصل بين المواطن والتُّخَب السياسية وصُناع القرار في الدولة؛ وعلى هذا فإن للمواطن الحق في إيصال إحتياجاته ورغباته ومطالبه إلى الحكومة والعاملين في المجال السياسي بشكل عام. وبالمقابل فإن هناك حاجة ماسّة للسياسيين والحكومة لتوصيل القرارات والرؤى إلى المواطن والحصول منه على الدّعم.

حيث كان التواصل السياسي يشير إلى دراسة تواصل الحكومات مع الناخبين، ليتطور إلى تبادل الحوار السياسي بين الأغلبية والمعارضة؛ ومع الوقت إتسع ليشمل دراسة دور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام. أما الآن، فقد أصبح مفهوم التواصل السياسي يشمل ”دراسة دور التواصل في الحياة السياسية بمعناها العام، بما في ذلك وسائل الإعلام وإستطلاعات الرأي والتسويق السياسي والدعاية، مع الإهتمام بشكلٍ خاص بالفترات الإنتخابية. وعليه، يمكن إعتبار التواصل السياسي بأنه كلُّ تواصلٍ موضوعه السياسة“²³.

لذلك فإن العاملين في المجال السياسي، سواء أكانوا نخباً سياسية أو أحزاب أو حتى جمعيات مهنية ونقابات، بحاجة دائمة إلى الدعم الجماهيري. ولا يتم ذلك إلا من خلال التواصل الفعّال والدائم الذي يعتبر أحد أهم الضروريات للمؤسسات السياسية. فمن خلال هذا التواصل تستطيع المؤسسة السياسية الحصول على الدّعم الجماهيري لبرامجها، ويتم هذا الدعم من خلال التأثير الأكبر في الجماهير.

تمكّن عملية التواصل الأحزاب والسياسيين من إيضاح رؤيتهم وبرامجهم لأكبر عدد من الأفراد لكسب المزيد من التأييد والدعم، خصوصاً خلال الفترات الإنتخابية. كذلك الأمر بالنسبة للمؤسسة الحكومية؛ والتي لن تستطيع الحصول على التأييد الشعبي لبرامجها وخططها دون عملية تواصلٍ مع الجماهير، ومحاولة الوصول إلى الغالبية العظمى من الأفراد.

23- محمد أسيداه وحافظ إسماعيلي، الإراغة في التواصل السياسي، مجلة علامات، العدد 27، 2007. كلية الآداب والعلوم، جامعة محمد الخامس، الرباط. ص 137.

من أجل ذلك، فإن لعملية التواصل بين النخب السياسية الحكومية أو الأحزاب، من جهة والمواطنين من جهة أخرى، آليات ربما لن تكون بعيدة عن التواصل المعهود بين الأفراد والمؤسسات غير السياسية من ناحية أساليب التواصل، والتي تمّ الحديث عنها بإسهاب. إلا أن خصوصية التواصل السياسي تكمن في الرسالة ذاتها وأهدافها، حيث تسعى في هذا الإطار إلى كسب مزيدٍ من التأييد الشعبي؛ وعليه فإن الرسالة السياسية تحتاج إلى تفصيل وتوضيح آلياتها وخصوصياتها وأهدافها.

مفهوم وعناصر التواصل السياسي

يعتبر التواصل السياسي مزيجاً من علم السياسة والتواصل، حيث يهتمُ بإنتاج المعلومة السياسية، والعمل على نشرها على نطاق واسع، وقياس ردود الفعل عليها، سواء بشكل مباشر من خلال التواصل مع الأفراد أو من خلال ردود الفعل في وسائل الإعلام المختلفة أو قياسات الرأي العام والإستطلاعات. ومن هذا المنطلق يشمل التواصل السياسي أيضاً مراقبة وسائل الإعلام المختلفة، وتحليل الرسائل السياسية، وقياس مدى تأثيرها على الرأي العام⁽²⁴⁾.

أما عناصر التواصل السياسي فهي⁽²⁵⁾:

1. النشاط السياسي: وهو أساس ومضمون عملية الإتصال.
2. القائم بالإتصال: وهو السياسي ذاته أو الإعلاميون أو الجمهور.
3. الهدف: وهو الأثر المتوخى من الرسالة السياسية.
4. الوسيلة: وهي قناة الإتصال التي تجسّد النشاط السياسي الذي يُمارسه القائم بالإتصال.

24- سويم العزي، الفضائيات وشبكات التواصل الاجتماعية العربية والحراك السياسي العربي، دار الحكمة، مصر، 2013. ص 32.
25- محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، السعودية، 1997. ص 21.

تعريف التواصل السياسي

تعددت التعريفات لمفهوم التواصل السياسي؛ وذلك حسب البيئة والظروف المحيطة. لذلك فقد كان من الصعوبة بمكان وضع معنى واحد محدّد ومتفق عليه لمفهوم "التواصل السياسي"، وهذه الصعوبة نشأت من تداخل علمي "السياسة" و"التواصل"، ولهذا فقد لوحظ تعدّد التعريفات إرتباطاً بالأهداف والوسائل والغايات الكبرى.

ويعتبر تعريف الدكتور محمد بن سعود البشر من أفضل وأهم التعريفات في هذا المجال كما جاء في كتابه "مقدمة في الإتصال السياسي"؛ حيث عرف الإتصال السياسي بأنه "النشاط السياسي الموجّه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب، والذي يعكس أهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الإتصال المتعددة"⁽²⁶⁾.

ويضيف البشر بأن "الإتصال السياسي هو النشاط الذي يحدث في البيئة السياسية، سواء كان متعلقاً بالسلطة وأعمالها، أو بطرق ممارستها للسلطة داخل حدودها أو خارجها؛ وهذا النشاط السياسي تعكسه وسائل الإتصال التي يتخذها منبرا له لإيصال صوته إلى الجماهير".

يتضح من هذا التعريف أن لعملية التواصل السياسي عدداً من العناصر هي: النشاط السياسي، والقائم بعملية الإتصال، والهدف. وعليه، فلا يمكن الحديث عن السياسية دون التواصل، ولا تواصل سياسي دون خطاب سياسي من خلال أدوات إتصال فاعلة تصل إلى الجمهور المستهدف وتؤثر عليه.

ومن التعريفات الهامة للإتصال السياسي بأنه "العلم الذي يُدرّس مجموعة الأنشطة والفاعليات التي يزاؤها القائمون بعملية الإتصال لتحقيق أهداف سياسية تهمهم على المستوى الذاتي، مثل الرُعاء السياسيين والقادة الحزبيين والبرلمانيين. وينصبُّ جوهر الإتصال السياسي على إحداث التأثير، وتغيير الآراء والقناعات لدى الجمهور المستقبل بإتجاه محدّد، هو ما يريده القائم بعملية الإتصال"⁽²⁷⁾.

ومن المفيد التطرّق إلى بعض التعريفات الخاصة بمفهوم الإتصال السياسي، حيث عرّفه سكسون بأنه "أية عملية نقل لرسالة يُقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع"⁽²⁸⁾.

أما جون ميدو فقد عرّف الإتصال السياسي بأنه "الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الإتصال وكميَّاته، أو أنه الطريقة التي تقوم فيها ظروف الإتصال بتشكيل السياسة"، فيما يرى ماكنير بأنه "إتصال هادف حول السياسة"⁽²⁹⁾.

26- محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 19.

27- سعد بن سعود بن محمد آل سعود، الإتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث للتوزيع، القاهرة، 2010، ص 60.

28- محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 16.

29- P. N 4 Brian McNair, An Introduction to Political Communication, 1999 - 29

جدلية العلاقة بين السياسة والتواصل

عرّف الإنسان التواصل بمفهومه الأوسع منذ القدم، حيث إقتصرت على الحاجات الأساسية له، ومن ضمنها التواصل السياسي؛ ولكنّ بمفهوم مغاير لما نعرفه اليوم. ومع التطور الكبير في العلوم السياسية، ونشوء أسس النظريات السياسية الحديثة، أصبح للتواصل السياسي مفهومٌ آخر. فقد بدأت العملية في قمة الهرم السياسي ذاته، مع غياب كبير لفكرة التواصل بين النُخب السياسية والجماهير، إلى أن بزغت بوادر عصر النهضة في أوروبا والتحوّلات السياسية والاجتماعية هناك. فظهرت مصطلحات جديدة مثل "الديمقراطية" و"حرية الرأي" و"التعبير" و"المشاركة السياسية" و"التواصل"، أدى كل ذلك إلى مزيد من الإهتمام بفكرة التواصل السياسي، وتأطيرها بشكلٍ يسمح بدراستها على أنها من الحاجات الأساسية لتطور العملية السياسية⁽³⁰⁾.

ومع هذا التطور، لم تُصبح السياسة حكراً على النُخب الحاكمة فقط؛ بل إمتدت لتشمل كلّ فئات الشعب، وأصبح للفرد أهمية كبرى في الحراك السياسي، بإعتباره أساس العملية السياسية والمؤثر فيها.

أسس التواصل السياسي

مما لا شكّ فيه أن حاجة السياسيين إلى التواصل هي حاجة ملحة لا تقل أهمية عن الفعل السياسي ذاته. ولذلك فلا بدّ لكل عامل بالسياسة من تملك الأدوات التي تُعينه على عملية التواصل، سواء بمستواها الأفقي أو العامودي؛ حيث يُعتبر التواصل الضعّال أحد أهمّ سمات السياسي الناجح.

وهناك عددٌ من العناصر الهامة في عملية التواصل السياسي لا تختلف كثيراً عن التواصل الإنساني بشكل عام. إلا أن لها طبيعة وهدف خاص وهي؛ المرسل (السياسي)، الرسالة (الخطاب السياسي)، المستقبل (الجمهور/المحاور)، قناة الإتصال، التغذية الراجعة.

ففي عملية التواصل السياسي؛ يقوم السياسي أو الحزب بإرسال الرسالة الخاصة إلى الأفراد على إختلاف إنتمائاتهم وميولهم السياسية؛ وتعكس البرامج أو الأفكار أو الرؤى الخاصة للسياسي، والذي يجب أن يكون مستوعباً للقضايا المجتمعية بناءً على معطيات علمية.

30- يحيى البحاوي، في تجاذبات العلاقة بين الإعلام والاتصال السياسي، دراسة، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2014.

أما العُنصر الثاني في عملية التواصل السياسي فهو فهم الجمهور المُستقبل لمضمون الخطاب السياسي؛ حيث يمكن تصنيف الجمهور إلى ثلاثة فئات؛ المؤيّد، غير المهتم، المحايد. لذلك فإن التركيز يجب أن ينصبّ على الفئة الثانية والثالثة، مع عدم إهمال الفئة الأولى.

العُنصر الثالث في عملية التواصل السياسي هي القناة، والتي يمكن أن تكون سمعية أو بصرية أو مكتوبة، أو حتى شفوية من خلال لقاءات مباشرة مع الجمهور؛ حيث تعدُّ هذه القناة الأكثر تأثيراً نظراً لإمكانية قياس التغذية الراجعة بشكل فوري، من خلال الحوار المباشر.

الخطاب السياسي

يعدُّ الخطاب أحد أهم أركان عملية الإتصال السياسي، ويهدف إلى إقناع المتلقّي بالفكرة أو الرأي المراد توصيلها، عبر استخدام عددٍ من الوسائل الإقناعية مثل اللغة اللغظية ولغة الجسد ونبرة الصوت.. أخت، وفق ما يتطلبه السّياق. وللخطاب السياسي ما خصائص تميزه عن غيره من الخطابات، هي:

1. مصدر الخطاب: والذي هو في العادة صانع الأحداث، والراسم للسياسة والمخطّط لها.
2. قناة الخطاب: وهي الوسيلة التي يتم استخدامها، سواء كانت سمعية أو بصرية أو مكتوبة.
3. الجمهور: وينقسم الجمهور إلى جمهور النُخبة؛ وهو من يقوم بالتدقيق والتحميص والنقد للخطاب ورسالته، أما الفئة الثانية فهم الجمهور العام؛ والذي يتقبل الخطاب كما هو. وللخطاب السياسي خصائص محددة كذلك يمكن تلخيصها فيما يلي⁽³¹⁾:

1. الخطاب الجماهيري: وهو الخطاب الموجه إلى عموم الجماهير بغض النظر عن المستوى الثقافي أو الاجتماعي.
2. الخطاب النخبوي؛ وهو الخطاب الموجه إلى عددٍ محدود من المختصين في المجالات المراد طرحها، وعادة ما يتميز هذا الخطاب بالمصطلحات الفنية.
3. الخطاب السجالي؛ وهو الخطاب الذي يهدف إلى الدفاع عن فكرة أو رأيٍ معيّن مقابل الآخرين، ويعتمد على شخصية الخطيب بالدرجة الأولى وتمكُّنه من موضوع الخطاب وتملكه للحجج والبراهين.

31- محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دار النشر للجامعات، مصر، 2004. ص 46.

وسائل الإعلام والتواصل السياسي

لا يمكن إيجاد تواصل سياسي ناجع وفعال دون الإلتجاء إلى وسائل إعلامية لها القدرة على الوصول إلى الجمهور، ولذلك فقد نشأت منذ القدم جدلية كبيرة بين موضوع التواصل السياسي والإعلام، ومدى حاجة أحدهما إلى الآخر.

لذلك من المهم للسياسي إختيار الوسيلة الإعلامية الضعّالة التي يمكنها أن توصل رسالته دون تحريف، وتسهم في تقبُّل الجمهور لأفكاره وآراءه المطروحة.

ويعتمد إختيار الوسيلة الإعلامية تبعاً لِعوامل أهمها: طبيعة الرسالة، الأشخاص المستهدَفون، الهدف من الرسالة، ومدى إنتشار الوسيلة الإعلامية ذاتها.

وفي الوقت الحاضر، ومع التطور التكنولوجي الكبير الذي يشهده العالم؛ خرجت أدوات التواصل السياسي عن سياقها المعروف بالوسائل التقليدية، لتدخُل مرحلة التواصل الإلكتروني، والذي كان له أثر كبير في الحركات السياسية على مستوى العالم.

تم تقسيم أدوات التواصل إلى قسمين:

1. التقليدية؛ وتشمل الصّحف والإذاعة والتلفزيون والنشرات والخطبُ المباشرة.

2. الحديثة؛ والتي تتضمن كل وسائل الإتصال التكنولوجية، ووسائل التواصل الإجتماعي.

الدولة والتواصل السياسي

مما لا شكّ فيه أن عملية التواصل بين الدولة بمؤسساتها المختلفة مع المواطن تعتبر إحدى أهم مظاهر الديمقراطية؛ فالدول المغلقة على نفسها، والبعيدة عن نبض الشارع، والشحيحة جداً في التواصل مع مواطنيها، لا تمثل أهمية كبيرة لهم، بل قد يسعى البعض منهم للجوء إلى قنواتٍ أو وسائلٍ أخرى لتفسير توجهات الدولة أو قراراتها، وهو ما قد يُمثّل خطورة كبرى في حال تم إستغلال هذا الفراغ بين الدولة ومواطنيها.

ومن هنا، فإن عملية التواصل بين الدولة والأفراد تتبّع من حاجات وضرورات أمنية وإجتماعية، إضافة إلى أنها تسهم في رفع رضا المواطن عن أداء دولته، وتُحقّق لديه الحاجة للمعرفة والتفسير بالطرق الرسمية⁽³²⁾.

32- للمزيد من التفاصيل يمكن الرجوع إلى: فتحي شمس الدين، الاتصال السياسي واستراتيجية التواصل مع الجماهير، بوابة روز اليوسف، [/http://www.rosaelyoussef.com/article/19884](http://www.rosaelyoussef.com/article/19884). 2016

لكن في معظم دول العالم الثالث لا يرتقى الخطاب الحكومي/الدولة، في الأغلب، إلى المشهود منه؛ فالبيانات والأوامر الرسمية التي تُصاغ بشكل عام لا تشكل وسيلة إتصال فعّالة مع المواطن، وإنما قناة يتم من خلالها تمرير الرأي الحكومي دون أي إعتبار لقياسات ردود الأفعال، أو أخذ آراء الناس.

ومع التطور التكنولوجي العالمي، وشيوع وسائل لإتصال الحديثة، تحوّل الفرد من متلقي للأخبار والأحداث إلى فاعل؛ بل تحول البعض إلى صانع وناشر للخبر، وانتقل من مقعد المتفرج إلى ساحة العمل السياسي بما يملكه من أدوات تواصل حديثة قد لا تتوفّر لبعض المؤسسات.

ومن أجل ذلك، دعت الحاجة إلى تطوير الخطاب التواصلي للحكومة ليواكب التطورات السريعة في عالم الإتصال، ومن أجل زيادة هذه التضاعلية قام بعض المسؤولين وأصحاب المناصب الرسمية بإعتماد حسابات خاصة على مواقع التواصل الإجتماعي، مما أسهم في خلق حالة تواصل مع الناس، وبشكل مباشر وفوري، وهو ما وفر لهم كمّاً من المعلومات والأفكار ساهمت في توجيه القرارات الحكومية بما يتوافق مع الرغبات العامة للمواطنين.

وتكمن أهمية التواصل بين صنّاع القرار من المسؤولين الرسميين والمواطنين فيما يلي⁽³³⁾:

1. تزوّد المسؤول بالمعلومات حول بعض القضايا المطروحة، والوضع السياسي القائم، وربما بشكل أسرع من الطرق الرسمية.
2. تسهم في تعريف المسؤول بالإهتمامات الشعبية، وتخلق حالة من الإهتمام لدى الأفراد بالقرارات الحكومية.
3. تعمل على توفير القنوات للمسؤولين لنقل رسائلهم إلى التّخّب السياسية والأفراد.
4. توفّر للمسؤول الحضور الدائم في ذهن المواطن من خلال عرض أنشطتهم.

33- عبد الله حسن البوعينين، العلاقة بين السلطات العامة في الدولة، ورشة عمل، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2016.

التنظيمات السياسية والتواصل

تعتبر التنظيمات السياسية بمختلف تسمياتها؛ أحزاب، وجمعيات، ومنظمات، أحد أهم أدوات العملية الديمقراطية في أي بل، ويعرف الحزب السياسي بأنه "مجموعة منظمة من الأفراد يمتلكون أهدافاً وآراءً سياسية متشابهة بشكل عام، ويهدفون إلى التأثير على السياسات العامة من خلال العمل على تحقيق الفوز لمرشحيهم بالمناصب التمثيلية"⁽³⁴⁾.

وتحتاج هذه المؤسسات مثل غيرها من المؤسسات السياسية في الدولة إلى عملية إتصال فعّالة، سواء مع قواعدها الحزبية أو مع عموم المواطنين. وكذلك هناك حاجة أيضاً للتواصل مع المؤسسات السياسية الأخرى سواء داخل النظام السياسي للدولة أو مع التنظيمات السياسية الأخرى.

فمن الصعب وجود عالم سياسةٍ صحيح دون وجود تواصل فعّال بين الجمهور والنخب السياسية وصُناع القرار، وينطبق هذا الأمر على جميع أشكال الأنظمة السياسية، فمن حق المواطن أن يمتلك القدرة على توصيل رغباته إلى الحكومة والنُخب السياسية والفاعلة في المجتمع، والعكس صحيح⁽³⁵⁾.

والتنظيمات السياسية، مثل جميع المؤسسات السياسية في المجتمع، تحتاج إلى دعم جماهيري. لذلك يمكننا القول أن الإتصال السياسي يُعدّ أحد الضروريات التي يجب أن يُفعلها التنظيم، ولأن أحد أهم أهداف التنظيمات السياسية هو المشاركة في الحكم بالشكل الديمقراطي الحقيقي، فلن يتأتى لهم ذلك دون الحصول على تأييد الجمهور، حيث يأتي هذا التأييد عن طريق قدرة الحزب أو التنظيم في التأثير على الجمهور، وتشكيل رأي عام داخل الدولة مؤيد لأفكاره وسياساته. من هنا تظهر الأهمية الكبيرة لعملية الإتصال السياسي الذي يقوم به التنظيم في الدولة من أجل بناء قاعدة جماهيرية لبرامجه السياسية⁽³⁶⁾.

ولا بد من التأكيد على أن التواصل بين التنظيمات السياسية والجماهير، يحتاج إلى أدوات فاعلة ومنظمة، تستطيع نقل آراء الحزب ومشاريعه وأفكاره، حيث تعتمد بعض التنظيمات إلى إنشاء مؤسسات إعلامية خاصة بها، تمارس وظيفة التواصل المباشر مع الجماهير، سواء بواسطة الوسائل الإعلامية التقليدية؛ الصحف، والمجلات، والمؤسسات التلفزيونية؛ أو من خلال ما يُعرف بالإعلام الحديث من مواقع إلكترونية، ووسائل التواصل الإجتماعي الحديثة.

34- مايا تجيرنستروم وآخرون، تعريف وأدوار الأحزاب السياسية، شبكة المعرفة الانتخابية، 2006، <https://aceproject.org/>.

35- الإتصال السياسي والحزب السياسية، معهد التدريب والتأهيل السياسي، الجزائر، 2014، <https://www.facebook.com/hmspoltrain.dz/posts/765119796906342>

36- ادريس ولد القابلة، الأحزاب التواصل السياسي، الحوار المتمدن، 2003، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=9359>

وللأدوات الإعلامية التي تمتلكها التنظيمات السياسية أدوارٌ واضحة ومحددة لخصها بيتر ماركل فيما يلي⁽³⁷⁾:

1. مراقبة وتقد وتقييم أعمال الحكومة.
2. تكوين المواطن سياسياً.
3. القيام بدور الوسيط بين المواطنين والسلطة.
4. المشاركة السياسية.
5. التنشئة السياسية.
6. تكوين الرأي العام.

التواصل السياسي والحملات الانتخابية

تعتبر الحملات الانتخابية النموذج الأبرز لقدرة السّياسي الفرد، أو الحزب على التّواصل مع القواعد الشعبية بشكل فعّال؛ حيث تمثل تلك الحملات المحطة الأساس في المعرفة الحقيقية لقدرة السّياسي على التّواصل، وتنعكس تلك المعرفة بشكل مباشر في شكل نتائج يتم تحقيقها.

لذلك فإن عملية التّواصل هي أحد المهام الرّئيسة التي يعتمد عليها المرشح للوصول إلى مبتغاه، وتنعكس قدرته على إدارة حملته الانتخابية، وحجم النجاح الذي يُحقّقه في إيصال برنامجه الانتخابي إلى الجمهور. ليس هذا فحسب؛ وإنما القدرة التي يتمتع بها في إقناع الجمهور بهذا البرنامج ودفعهم للتصويت له.

وتعتمد الحملات الانتخابية، سواءً البرلمانية أو البلدية وحتى الرئاسية، على قدرة فريق عمل المرشح على وضع برنامج واضح المعالم خالٍ من المبالغة؛ وفي ذات الوقت مُحققاً لتطلعات الجمهور، وقابلاً للتطبيق على أرض الواقع.

من ناحية ثانية؛ فإن وجود برنامج تتوفر فيه كل تلك المقومات لا يمكنه تحقيق النجاح للمرشح، وإنما يَسْتَلزِم بالضرورة القدرة والحرفية في إيصال هذا البرنامج وبمختلف الطرق إلى القواعد الشعبية المستهدفة، ولا يتم ذلك إلا من خلال بناء قنواتٍ إتصالٍ فعّالة قادرة على الوصول إلى المستهدفين، وتوصيل الرسالة الانتخابية بكل وضوح.

.Peter H. Markel, Modern Comparative Politics, Hort reinhart and Winston, New York, 1970 p No 109 -37

ويعتمد التواصل السياسي للإنتخابات على الأسس الخمسة الرئيسة⁽³⁸⁾:

1. المرسل: حيث يعد المرشح أو الحزب السياسي هو المصدر الأساسي للمعلومات السياسية، إلى جانب الفريق الإعلامي الخاص بالحملة أو الحزب، والذي يعتمد في الأساس على عددٍ من آليات التواصل مع الجمهور مثل اللقاءات المباشرة، والنشرات والبيانات، ووسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة.
2. المُستقبل: يمكن تصنيف المستقبل في الحملات الانتخابية إلى ثلاثة فئات هي؛ المُستجيب واللامبالي والمحايد. يعتمد نجاح الحملة الانتخابية على إستقطاب الفئات الثلاثة، مع التركيز على فئتي اللامبالي والمحايد.
3. الخطاب السياسي: وهو الخطاب الذي يعكس البرنامج السياسي للمرشح، والذي يجب أن تتوافر فيه كل مقومات الخطاب الناجح؛ مع مراعاة الفروق الفردية بين الجمهور، ومستوى الثقافة، وإنتماثاتهم الدينية والعرقية..
4. قنوات التواصل السياسي: لا تختلف قنوات التواصل السياسي كثيراً أثناء الإنتخابات عن غيرها من أدوات التواصل الحزبية أو السياسية؛ حيث يعتمد المرشحون إلى إستخدام عدد من الآليات مثل قنوات التواصل التقليدية (إذاعة، تلفزيون، صحف، منشورات، لوحات إعلانية)، أو وسائل التواصل الحديثة مثل (الإنترنت، وسائل التواصل الإجتماعية وغيرها)، إضافة الى التجمعات الجماهيرية والحوار المباشر مع الناخبين.
5. النتائج المتوقعة: بالإعتماد على الأسس السابقة، يمكن للمرشح أو الحزب إستطلاع ردود أفعال الناخبين قبل وأثناء الحملة الانتخابية، ولكنها تبقى غير دقيقة، خصوصاً في البلدان الناشئة ديمقراطياً.

38- محمد الأسعد، التنظيمات السياسية ومسألة التواصل السياسي للإنتخابات، سلسلة فكر ونقد، الكتاب الثالث، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2001. ص 250.

مما لا شك فيه أن النشاط السياسي يتطلب مواصفات إحترافية ممّن أخذوا على عاتقهم ممارسة هذا النشاط، خصوصاً في مجال التواصل السياسي الفعّال، وذلك بإكتسابهم مهارات خاصة والقدرة على وضع التصورات وتكوين الأفكار من أجل أن تحقق الرسالة السياسية أهدافها، وتكون أسرع نفاذاً إلى المتلقي وفق قواعد العمل السياسي الحديثة، والذي يهدف إلى دعم الحراك الديمقراطي ممثلاً في الإتصال مع الجمهور وإطلاع الرأي العام على آخر التطورات والمواقف والتحليل السياسية؛ إضافة إلى نقل وتداول المعلومات والأفكار والآراء حول القضايا العامة، مع التأكيد على أن الهدف الأساسي للإتصال السياسي هو الإقناع لتحقيق المكاسب السياسية المتاحة.

أصبحت قراءة الخطاب السياسي وتحليل مضمونه أكثر سهولة من قبل جمهور المتلقين، نظراً لتعدد وسائل الإعلام وسرعة وصول المعلومة؛ والتي وفرت للمتلقى القدرة على الدّراسة ومقارنة الآراء والأفكار. كل ذلك يضع على كاهل السياسي عبئاً أكبر في محاولة تحسين مهارات الإتصال وزيادة معارفه، وهو ما يسهم في رسم مسارٍ سياسي صحيح ومتطور.

ولأن عملية الإتصال أصبحت أكثر يسراً وسهولة من ذي قبل، فقد توسعت أعين المتربصين وأذان المتلقين. لذلك على السياسي أن يبادر إلى تنمية مهاراته المعرفية بكل القضايا التي تطرح على الساحة، وأن يكون قادراً على التحكم بأساليب الحوار والنقاش وأن يدافع عن آرائه دون تعصّب أو الرضوخ لاستنزافات الآخرين. وأن يكون قادراً على مُقارعة الحجة بالحجة، وإستخدام كل ما يملك من معرفة للتأثير على المتلقي.

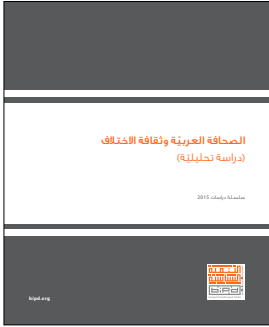
وأخيراً؛ فإن الحاجة لا تزال ملحّة إلى الكثير من العمل للوصول إلى تواصل سياسي فعّال، أهمها: زيادة الوعي بضرورة التواصل للعاملين في المجالات السياسية والمجتمعية وحتى الأفراد العاديين، والتدريب المستمر على ممارسة عملية التواصل، وكذلك الإهتمام بوسائل الإعلام المختلفة وبقنوات الإتصال الرسمية وغير الرسمية. فلا وجودٌ حقيقي لتواصل سياسي فعّال دون وسائل إعلام قادرة على تلقي المعلومة وتحليلها وإعادة بثّها إلى الرأي العام.

والله من وراء القصد

1. إبراهيم أبو عرقوب، الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإجتماعي، دار مجدلاوي، عمّان، 2011.
2. إبراهيم العدرة وأحمد أبو عرقوب، معوقات الإتصال لدى طلبة الجامعة الأردنية، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد 42، ملحق 2، 2015.
3. إدريس ولد النابله، الأحزاب، التواصل السياسي، الحوار المتمدن، 2003.
4. أماني محمد قنديل، نظام الإتصال وعملية التنمية السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة، 1980.
5. الأحزاب السياسية والمرشحون، شبكة المعرفة الإنتخابية.
6. الإتصال السياسي والأحزاب السياسية، معهد التدريب والتأهيل السياسي، الجزائر.
7. برت دكر، فن الإتصال، ترجمة عبدالرحمن الشمرائي، دار المعرفة للتنمية البشرية، الرياض، ومؤسسة الريان، بيروت، 2000.
8. برنو كلويوز، تكنيك الروشاح، ترجمة حسين عبدالفتاح، جامعة أم القرى، السعودية، 2003.
9. بوسنة عبدالوافي زهير وعثمان مرابو صورية، دور الإتصال داخل الأسرة: دراسة ميدانية، جامعة بسكرة، بدون تاريخ، الجزائر.
10. تاوينات علي، التواصل والتفاعل، المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية، الجزائر، 2009.
11. تعريف وأدوار الأحزاب السياسية، شبكة المعرفة الإنتخابية (ace)، السويد.
12. جميل حمداوي، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي، شبكة الألوكة، الجزائر، 2015.
13. حسام حمدي عبدالحميد، مهارات الإتصال، محاضرات غير منشورة.
14. خالد فياض، مهارات إتصالية، معهد البحرين للتنمية السياسية، المنامة، 2014.
15. ديل كارنجي، فن الخطابة، الوسام للخدمات المطبعية، بيروت، 2001.
16. زهير حسن ضيف، الصحافة العربية وثقافة الإختلاف، معهد البحرين للتنمية السياسية، المنامة، 2015.
17. سعد بن سعود بن محمد آل سعود، الإتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث للتوزيع، القاهرة، 2010.
18. سويم العزي، الفضائيات وشبكات التواصل الإجتماعية العربية والحراك السياسي العربي، دار الحكمة، مصر، 2013.
19. شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها في المشاركة الإنتخابية، ندوة، معهد البحرين للتنمية السياسية، المنامة، 2014.
20. شيماء ذو الفقار زغب، الإتصال السياسي.. قضايا وتطبيقات، الدار المصرية اللبنانية، بيروت، 2015.
21. صفوت محمد العالم، الإتصال السياسي والدعاية الإنتخابية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
22. عازة محمد سلام، مهارات الإتصال، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، مصر، 2007.
23. عبدالكريم غريب وآخرون، معجم علوم التربية.. مصطلحات البداغجيا والديداكتيك، منشورات عالم التربية، المغرب، 2001.
24. عبدالغفار رشاد القصبى، الإتصال والتنمية السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، المنامة، 2008.
25. عبدالفتاح حسين، مقدمة في علم الإتصال، دار البراع الحديثة، الأردن، 1988.
26. علاء الدين ناطورية، الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي، دار زهران، الأردن، 2009.
27. علاء حميد، الإتصال السياسي، مجلة النبأ، العدد 83، 2006.
28. عبدالرزاق الدليمي، قضايا إعلامية معاصرة، دار المسيرة، عمّان، 2010.
29. عبدالله حسن البوعينين، العلاقة بين السلطات العامة في الدولة، ورشة عمل، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2016.

30. فتحي شمس الدين، الإتصال السياسي وإستراتيجية التواصل مع الجماهير، بوابة روز اليوسيف، 2016.
31. فتحي شمس الدين، الإتصال السياسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.
32. فيليب ريتور، سوسولوجيا التواصل السياسي، ترجمة خليل أحمد خليل، دار الفارابي، بيروت، 2008.
33. كمال الدسوقي، ذخيرة علوم النفس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1988.
34. كمال الدين جعفر عباس، الإتصال السياسي، المكتب الإسلامي للطباعة والنشر، بيروت، 2004.
35. كمال المنوفي، أصول النظم السياسية المقارنة، شركة الربيعان للنشر والتوزيع، الكويت 1987.
36. محمد أسيداه وحافظ إسماعيلي، الإراغة في التواصل السياسي، مجلة التواصل السياسية، العدد 27، 2007.
37. محمد الأسعد، التنظيمات السياسية ومسألة التواصل السياسي للانتخابات، مجلة فكر ونقد، المغرب، 2001.
38. محمد الأمين موسى، التواصل الفعّال.. الأسس النظرية والمجالات التطبيقية، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي جامعة الشارقة، الشارقة، 2012.
39. محمد الموسوي، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك.
40. محمد بن سعود البشر، مقدمة في الإتصال السياسي، مكتبة العبيكان، السعودية، 1997.
41. محمد حمدان المصالحه، الإتصال السياسي الدولي، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
42. محمد سعد أبو عامود، الإتصال الجماهيري وصنع القرار السياسي، جامعة القاهرة، القاهرة، 1989.
43. محمد علي العويني، العلوم السياسية.. دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 1988.
44. محمد فاروق الجمل ومرورة السيد عبد الرحيم، الإتصال ماهيته وعناصره ووظائفه ومعوقاته، دورة تدريبية، 2015.
45. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دار النشر للجامعات، مصر، 2004.
46. معجم المصطلحات السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، المنامة، 2014.
47. مهارات الإتصال، الجامعة الإلكترونية السعودية، السعودية، 2012.
48. ناصر حامد، نظريات إتصال، محاضرات، جامعة 6 أكتوبر، القاهرة، 2015.
49. نظام بركات، مبادئ علم السياسة، دار الكرم للنشر والتوزيع، عمّان، 1989.
50. هادي الربيعي، أنواع الإتصال، بحث، مدرسة الصحافة المستقلة، 2009.
51. يحيى البحاوي، في تجاذبات العلاقة بين الإعلام والإتصال السياسي، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2014.
52. Brian McNair, An Introduction to Political Communication, 1999.
53. Peter H. Markel, Modern Comparative Politics, Hort reinhart and Winston, New York, 1970.

الموضوع	الصفحة
مرسوم إنشاء المعهد	4
المقدمة	6
تعريف التواصل	8
أهمية مهارات التواصل	9
عناصر الإتصال	11
أولاً: الرسالة (MESSAGE)	11
ثانياً: المرسل أو المصدر (SOURCE)	12
ثالثاً: المُستقبل أو المتلقي (RECEIVER)	12
رابعاً: القناة أو الوسيلة (CHANNEL)	12
خامساً: رجع الصدى أو ردة الفعل (FEED BACK)	13
سادساً: التأثير (EFFECT)	13
سابعاً: التشويش	13
أنواع الإتصال	15
أشكال الإتصال	18
معوقات الإتصال	19
العمل السياسي والتواصل	21
مفهوم وعناصر التواصل السياسي	22
تعريف التواصل السياسي	23
جدلية العلاقة بين السياسة والتواصل	24
أسس التواصل السياسي	24
الخطاب السياسي	25
وسائل الإعلام والتواصل السياسي	26
الدولة والتواصل السياسي	26
التنظيمات السياسية والتواصل	28
التواصل السياسي والحملات الإنتخابية	29
الخاتمة	31
قائمة المراجع	32





@bipdbh

سلسلة كتب برلمانية 2016

مهارات التواصل السياسي

معهد البحرين للتنمية السياسية