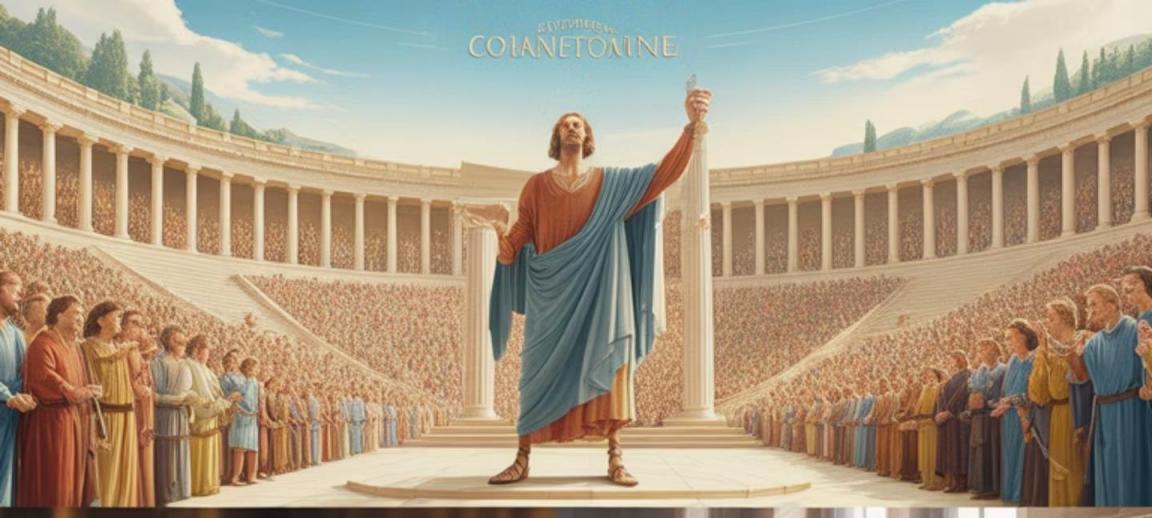


# تاريخ الاتصال السياسي

## رحلة الاتصال السياسي عبر العصور

من ساحات روما القديمة إلى منصات التواصل الاجتماعي، شهد الاتصال السياسي تحولات جذرية غيرت طبيعة السلطة والتأثير. كل عصر جلب معه أدوات جديدة، وخلق قواعد مختلفة للعبة السياسية.

سنستكشف خمسة عصور متميزة: الصوتي، الطباعي، الإذاعي، التلفزيوني، والرقمي. كل منها أعاد تعريف العلاقة بين القائد والجماهير، وحدد من يملك القوة ومن يستطيع التأثير.



# العصر الصوتي: سلطة الحضور

حتى عام 1450



## الذاكرة والتكرار

الحفظ والإعادة أساس نقل الرسالة



## الحضور المادي

لا تأثير بدون حضور جسدي مباشر



## الأداء المسرحي

البلاغة والإيماءات تحسم المعركة

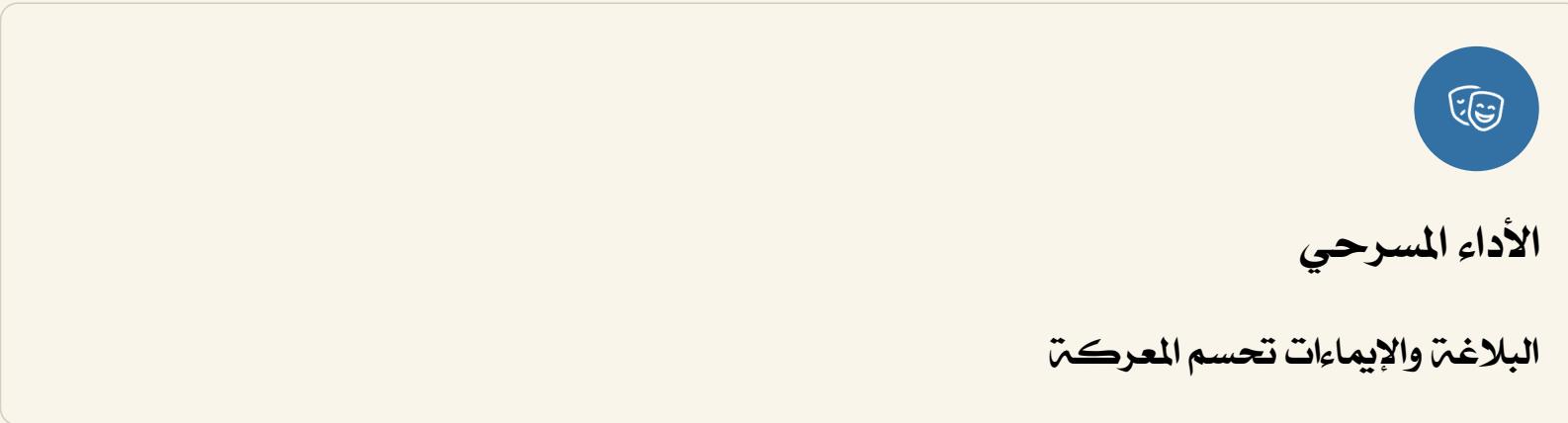


## لحظة تاريخية

اغتيال يوليوس قيصر: شاهدها 3,000 شخص فقط

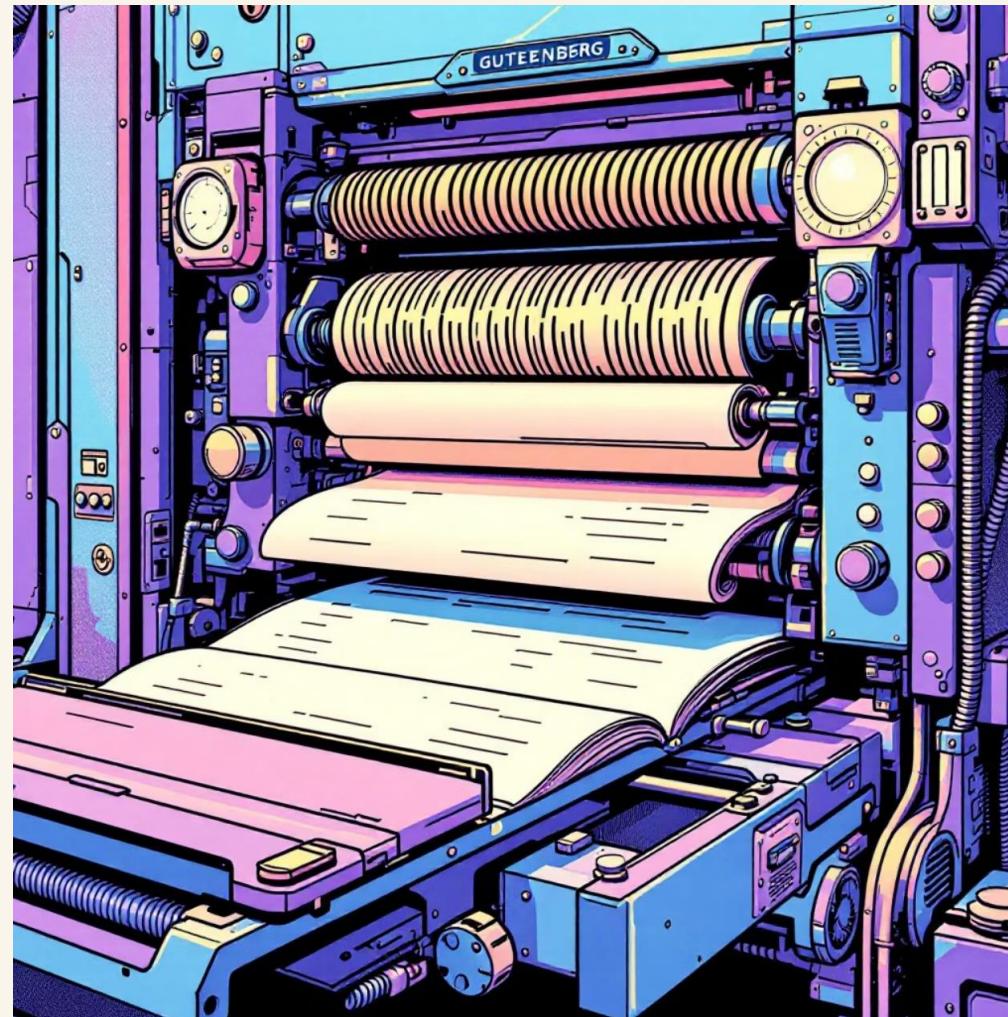
خطبة مارك أنطونи: سمعها 50,000

الصوت تفوق على الصورة



في هذا العصر، كانت الكاريزما تقاس بالقدرة على التأثير الصوتي المباشر. خطب شيشرون في روما، مناظرات سوق عكاظ الشعرية، وخطبة الوداع - كلها نماذج للاتصال الشفوي الذي يعتمد على الحضور والأداء.

# العصر الطباعي :ديمقراطية الأفكار



التأثير السياسي

2

اختراع غوتنبرغ (1450)

1

أدى إلى نشر الأفكار الثورية  
وظهور الصحف السياسية.

أمثلة

3

منشورات مارتن لوثر (1517) وصحف الحركات الوطنية العربية.



# العصر الطباعي: ديمقراطية الأفكار

1450 - 1920

تحدي الزمن

الخطاب كان يموت لحظة انتهائه، الآن الكتاب يدوم للأبد

الانتشار الجغرافي

من صوت محلي محدود إلى مطبوعات تساور عبر القارات

ديموقراطية المعرفة

المعرفة انتقلت من احتكار النخب إلى متناول كل قارئ

الطباعة لم تكن مجرد تقنية، بل كانت ثورة سياسية. حولت الأفكار من نظريات نخبوية إلى مطلب شعبي، ومنحت الثوار لغة مشتركة لتحدي السلطة.



منشور سياسي 30.000

في باريس وحدها قبل 1789، تنتقد الملك والكنيسة والإقطاع

هذه المنشورات خلقت "رأي عام" موحد ضد النظام، ومنحت الثوار لغة مشتركة. حولت فكرة الجمهورية من نظرية فلسفية إلى مطلب شعبي ملح.

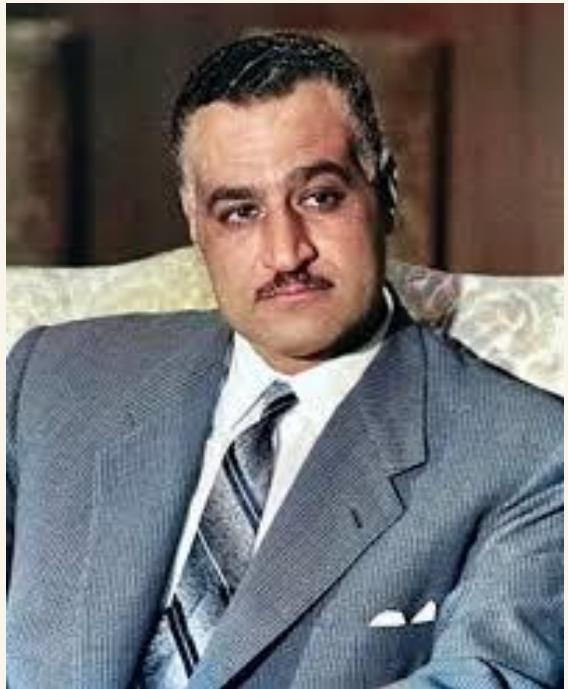
"الطباعة = ديمقراطية الأفكار"



# العصر الإذاعي : الصوت الحميم

1920 - 1960

الراديو أحدث ثورة فريدة : دخل البيوت وجعل صوت القائد في أذن المستمع مباشرة . خلق شعوراً بأن القائد يحدثك شخصياً، مما أنتج علاقة "حميمية" غير مسبوقة بين القائد والجماهير.



عبد الناصر وصوت العرب

خطابات راديو بصوت قوي وخطاب عاطفي، سمعت في كل بيت عربي . حول عبد الناصر إلى رمز قومي عابر للحدود.



روزفلت ومحادثات المدفأة

30 محادثة راديو على مدى 12 عاماً، بلغة بسيطة ونبرة دافئة . نسبة استماع 80% ، أعادت بناء الثقة في الحكومة خلال الكساد الكبير.

# العصر التلفزيوني : سيادة الصورة

العصر التلفزيوني : من "ماذا يقول" إلى "كيف يبدو"

1960 - 1990

التلفزيون غير قواعد اللعبة بالكامل. لم يعد المحتوى هو الأهم، بل الصورة. لم يعد البرنامج السياسي هو المحور، بل شخصية المرشح وجاذبيته المرئية.





اللحظة التأسيسية: مناظرة كينيدي ونيكسون 1960

70 مليون مشاهد 60% من السكان الأمريكيين

من سمع بالراديو: نيكسون فاز

من شاهد بالتلفزيون: كينيدي فاز

نيكسون ظهر متعرقاً وشاحباً، بينما كان كينيدي هادئاً وأنيقاً. المحتوى كان متقارباً، لكن الصورة حسمت النتيجة.

# تداعيات العصر التلفزيوني

01

## ظهور مستشاري الصورة

كل مرشح أصبح يحتاج مصفف شعر، خبير مكياج، ومصور محترف. السياسة تحولت إلى فن الأداء التلفزيوني.

02

## تغير معايير القيادة

قبل التلفزيون: الخبرة والحكمة .  
بعد التلفزيون: الجاذبية والكاريزما المرئية.

03

## صعود السياسي المشهور

رونالد ريغان (ممثل هوليوود → رئيس أمريكا)  
النموذج الجديد: إذا كنت جيدا أمام الكاميرا، يمكن أن تكون قائدا.

## التطبيق العربي: السادات وكامب ديفيد

أتقن السادات التلفزيون من خلال خطابات درامية ورحلة القدس المسرحية  
زيارة إسرائيل كانت حدثا تلفزيونيا عالميا غير صورة مصر من "راديكالية" إلى "معتدلة".

هل باع السادات القضية أم "سوق" السلام؟  
التلفزيون جعل السياسة استعراضا.

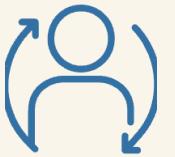
# المرحلة الرابعة: العصر الرقمي (1990 حتى الآن)

## العالمية والقياس



تجاوز الحدود الجغرافية وإمكانية  
تتبع التأثير بدقة.

## التفاعلية واللحظية



تحول المتلقي إلى مشارك وسرعة  
انتشار الرسائل.

## الثورة التقنية



الإنترنت، منصات التواصل الاجتماعي،  
الهواتف الذكية.

# العصر الرقمي : من الbit إلى التفاعل

- 1990 الآن

الثورة الرابعة لم تغير الوسيلة فقط، بل غيرت طبيعة العلاقة بين السياسي والجمهور. من الجماهيري إلى الشخصي، من الأحادي إلى التفاعلي، من البطل إلى الفورية.

من الأحادي إلى التفاعلي

قبل : السياسي يتحدث، الجمهور يستمع  
الآن : حوار صاخب ومستمر

من الجماهيري إلى الشخصي

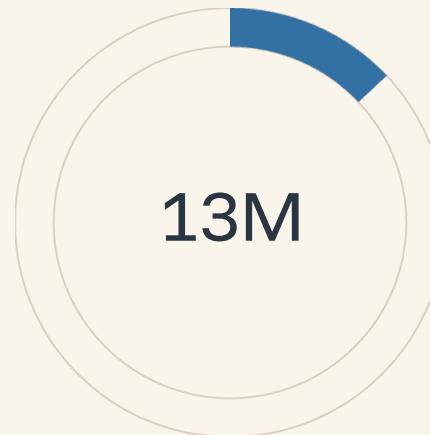
قبل : رسالة واحدة لـ 10 ملايين  
الآن 10 ملايين رسالة مخصصة

من الوسيط إلى المباشر

قبل : السياسي ← الإعلام ← الجمهور  
الآن : السياسي ← الجمهور مباشرة



## حملة أوباما: 2012 نموذج التخصيص



مؤيد في قاعدة البيانات



شريحة ديموغرافية

تم تقسيم المؤيدين إلى 5000 شريحة ديموغرافية، وإرسال رسائل مخصصة حسب العمر، الجنس، الموقع، والاهتمامات. النتيجة: كل ناخب تلقى حملة "مصممة له شخصيا".  
هذا التحول من الرسالة الجماهيرية الواحدة إلى ملايين الرسائل المخصصة يمثل جوهر الثورة الرقمية في الاتصال السياسي.

# الفوريّة والهواة: عصر جديد من القوّة

## من المحترف إلى الهاوي

قبل: إنتاج الرسالة السياسيّة يتطلّب ميزانيات ضخمة

1

الآن: هاتف ذكي + إبداع = محتوى فيروسي

مثال: فيديو "باراك في البيت الأبيض (2016)" حقق 75 مليون مشاهدة بكلفة صفر تقريباً

## من البطء إلى الفوريّة

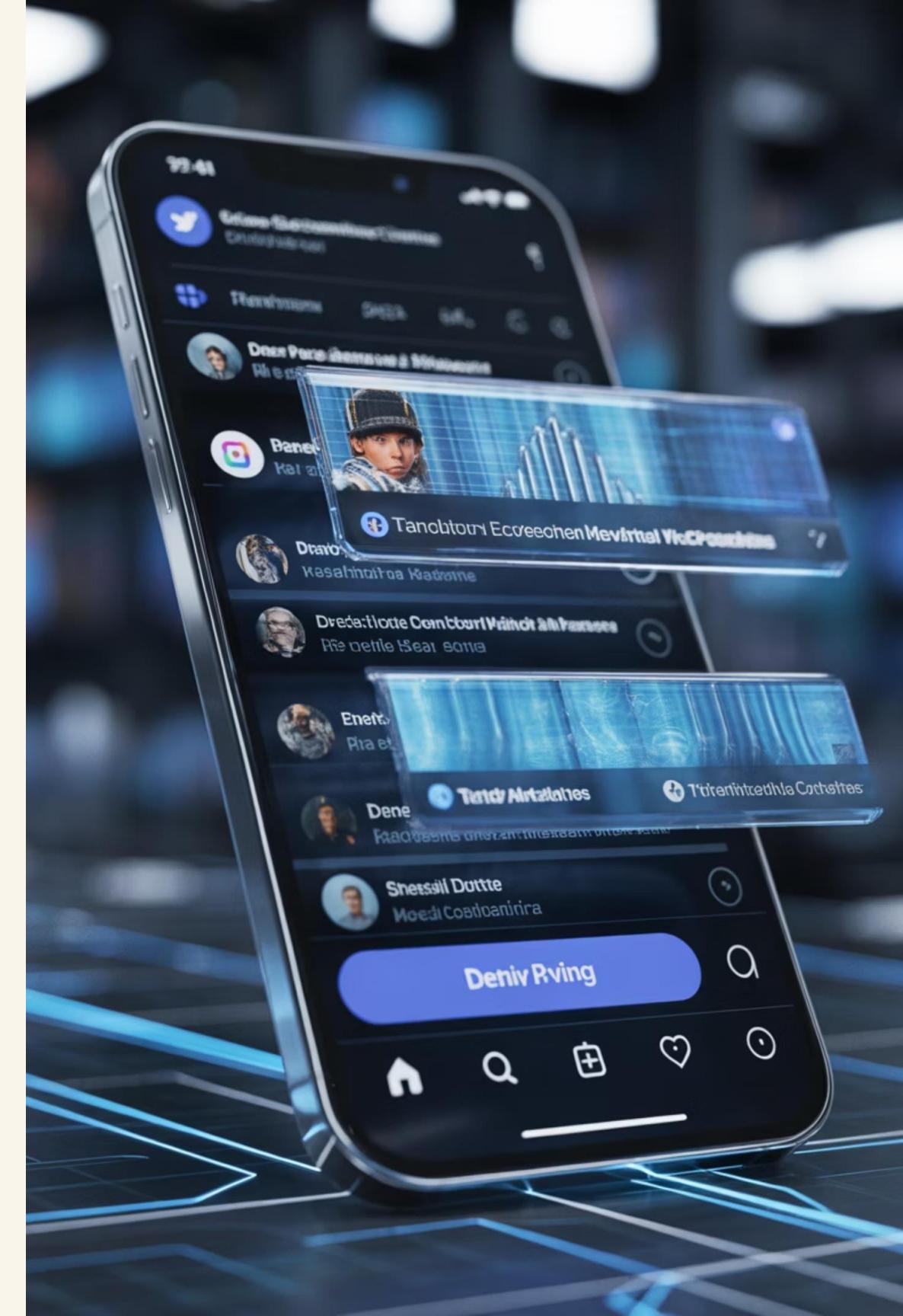
قبل: حملة سياسية تحتاج شهوراً من التخطيط

2

الآن: تغريدة في لحظة غضب = أزمة سياسية

مثال: تغريدة "covfefe" لترامب (2017) أصبحت ترند عالمي وميّز خلال ساعات

في العصر الرقمي، اللحظة أصبحت حدثاً، والهاوي أصبح منافساً للمحترف، والسياسة أصبحت محادثة لا تنتهي.



# الجدول الزمني للتحول في وسائل الاتصال السياسي

الفترة	الوسيلة المهيمنة	أبرز التقنيات	مثال سياسي
ما قبل 1450	الخطابة المباشرة	الفصاحة الشعر	خطب القبائل العربية
1450-1920	الطباعة	المطبعة	المنشورات الوطنية
1920-1960	الإذاعة	الراديو	خطابات عبد الناصر
1960-1990	التلفزيون	البث التلفزيوني	مناظرات انتخابية
الآن-2005	الوسائل الاجتماعية	منصات رقمية	تويتر ترامب

# سمات الاتصال السياسي المعاصر



## الاعتماد على البيانات

تحليل البيانات الضخمة واستهداف الناخرين  
بناءً على سلوكهم الرقمي.



## الشخصنة

رسائل وإعلانات مستهدفة ديموغرافياً  
(واتساب، فيسبوك) وبرامج بث مباشر للحوار.



## تكامل الوسائل

دمج التلفزيون والإنترنت والمنصات الرقمية  
(مثال: حملة أوباما 2008 وحملاتولي العهد السعودي).

# تحديات العصر الرقمي

## فقدان السيطرة



صعوبة التحكم في الرسالة بسبب تعليقات الجمهور والتفاعل المباشر.

## تجزؤ الجمهور



ظهور فقاعات الترشح على وسائل التواصل الاجتماعي.

## المعلومات المضللة



انتشار الأخبار الكاذبة واستخدام أدوات Deepfake في الانتخابات.

# دراسات حالة معاصرة

“

## الانتخابات الأمريكية 2020

استخدام تيك توك للوصول للشباب، البث المباشر على منصات متعددة، والاعتماد على المؤثرين الرقميين.

”

“

## الحملات الانتخابية العربية

مصر: استخدام التطبيقات الذكية. الكويت: مناظرات تلفزيونية مع تفاعل مباشر على تويتر. الإمارات: توظيف الواقع الافتراضي في عرض المشاريع التنموية.

”

