**الدرس الخامس: الإعلان السياسي**

الإعلان السياسي هو نوع من التواصل الاستراتيجي الذي تستخدمه الأحزاب السياسية، المرشحون، الحكومات، أو الجماعات ذات الأجندات السياسية للتأثير على الرأي العام أو توجيه السلوك الانتخابي. يمكن أن يكون الإعلان السياسي وسيلة للدعاية، التوعية، أو حتى التلاعب بالرأي العام، اعتمادًا على الهدف والمصدر.

**بعض تعريفات الإعلان السياسي:**  
**.1 تعريف بيكر** (Baker, 1994)  
"الإعلان السياسي هو أي رسالة مدفوعة الأجر تُستخدم للتأثير على المواقف السياسية للجمهور، وعادةً ما تُقدَّم عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون، الصحف، والإنترنت."

**.2 تعريف جونسون وكاي** (Johnson & Kay, 2015)  
"الإعلان السياسي هو استخدام وسائل الإعلان المدفوعة من قبل المرشحين أو الأحزاب السياسية أو الجماعات المهتمة من أجل نشر رسائل سياسية تهدف إلى التأثير على سلوك الناخبين."

**.3تعريف الجمعية الأمريكية للإعلان** (American Advertising Association, 2008)  
"الإعلان السياسي هو شكل من أشكال التواصل الذي تستخدمه الكيانات السياسية، سواء كانت حكومية أو غير حكومية، لنقل رسائل تهدف إلى تشكيل أو توجيه الرأي العام حول القضايا السياسية."

**.4تعريف منظمة اليونسكو** (UNESCO, 2019)  
"الإعلان السياسي هو أداة إعلامية تُستخدم للتأثير على المواقف السياسية، سواء كان ذلك لدعم أو معارضة حزب سياسي، مرشح، أو سياسة عامة، وغالبًا ما يكون جزءًا من استراتيجيات الحملات الانتخابية."

توضح هذه التعريفات أن الإعلان السياسي هو وسيلة مدفوعة للتأثير على الرأي العام حول القضايا السياسية، وعادةً ما يكون جزءًا من الحملات الانتخابية أو السياسات الحكومية.

**أشكال الإعلان السياسي**  
.1الإعلانات التلفزيونية والراديوية: تُستخدم بشكل شائع في الحملات الانتخابية لنشر رسائل قصيرة ومؤثرة.  
.2الإعلانات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي: تعتمد على الاستهداف الدقيق للجمهور من خلال المنصات مثل فيسبوك، يوتيوب، وتويتر.  
.3اللافتات والملصقات: تُستخدم في الأماكن العامة لنشر الرسائل السياسية بشكل واسع.  
.4الإعلانات المطبوعة: تشمل الصحف والمجلات لنقل الرسائل السياسية للجمهور المستهدف.  
.5الإعلانات المموّلة (Sponsored Ads): تُستخدم على الإنترنت للوصول إلى جمهور أوسع عبر استهداف محدد.

**أهداف الإعلان السياسي**  
1.التأثير على الناخبين وكسب دعمهم: إقناع الناخبين بأفكار وسياسات معينة، مما يؤثر على أرائهم وتوجهاتهم السياسية. يمكن أن يشمل ذلك توضيح البرامج الحزبية، أو إبراز إنجازات المرشح أو توجيه رسائل إيجابية حول التغييرات التي يمكن تحقيقها. وكذا بناء علاقة إيجابية مع الناخبين مما يزيد من فرص الفوز.   
2.الترويج للبرامج والسياسات الحزبية: حيث أن ابراز البرامج الحزبية وتوضيحها للناخبين من شأنه أن يساعدهم على فهم رؤية الحزب وتوجيهاته، ويمكن أن يشمل ذلك إبراز خطط التنمية الاقتصادية، أو السياسات الاجتماعية، أو برامج الصحة والتعليم.   
3.مهاجمة الخصوم السياسيين أو التشكيك في مصداقيتهم: ويكون ذلك من خلال إبراز نقاط الضعف في برامجهم أو سياساتهم، ويمكن أن يشمل ذلك انتقاد قراراتهم السابقة، أو إبراز التناقضات في أقوالهم وأفعالهم وأخطائهم ومخالفاتهم السابقة، أو تسليط الضوء على فشلهم في تنفيذ وعودهم، وهذا من شأنه أن يؤثر على ثقة الناخبين بالخصوم.

4.تشكيل أو توجيه الرأي العام حول قضية معينة: ويكون ذلك بتمييز مرشح أو حزب عن المنافسين من خلال تسليط الضوء على الفروق في السياسات أو الشخصيات. ويمكن أن يشمل ذلك إبراز جوانب معينة من القضية المثارة أو إظهار كيفية ارتباطها بالسياسات الحزبية. وبالإضافة إلى توجيه الرأي العام، يساعد الإعلان السياسي إلى إظهار كيفية تأثير القضية المثارة على حياة الناخبين.

**استراتيجيات الإعلان السياسي**:  
- الرسائل الإيجابية: تسليط الضوء على إنجازات المرشح أو الحزب وخططهم المستقبلية.  
- الرسائل السلبية: انتقاد المنافسين أو تسليط الضوء على عيوبهم وسياساتهم.  
- الاستهداف الديموغرافي: توجيه الرسائل إلى فئات محددة من الناخبين بناءً على العمر، الجنس، الموقع الجغرافي، أو الاهتمامات.  
- القصص الشخصية: استخدام قصص شخصية لجعل المرشح أو القضية أكثر قربًا من الناخبين.

**التطورات الحديثة في الإعلان السياسي:**  
تشمل هذه التطورات عدة جوانب رئيسية هي:  
1.استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: أصبحت منصات مثل Twitter وFacebook أدوات أساسية في الإعلانات السياسية، حيث يُمكن للسياسيين التفاعل مباشرة مع الناخبين وتوجيه رسائلهم بشكل دقيق بناءً على تحليل البيانات.

2.الاستهداف الدقيق: تتيح الوسائط الرقمية إمكانية استهداف مجموعات ديموغرافية محددة من الناخبين، مما يزيد من فعالية الإعلانات السياسية.

3.التأثير على الخطاب العام: يمكن للإعلانات السياسية عبر الإنترنت تشكيل جدول الأعمال العام وتأثير الأولويات السياسية من خلال جعل قضايا معينة أكثر بروزً.

4.تحديات المعلومات المضللة: مع زيادة استخدام الإعلانات السياسية عبر الإنترنت، ظهرت تحديات تتعلق بانتشار الأخبار الكاذبة وتضليل الرأي العام.

5.التغييرات في منصات التواصل الاجتماعي: تتغير سياسات الإعلانات السياسية على منصات مثل Twitter، مما يؤثر على كيفية استخدامها في الحملات السياسية.

**التحديات والانتقادات**  
- التضليل الإعلامي: قد تحتوي بعض الإعلانات السياسية على معلومات مضللة أو مشوّهة.  
- التمويل غير الشفاف: بعض الحملات تعتمد على أموال غير واضحة المصدر.  
- التلاعب بالمشاعر: استخدام العواطف (مثل الخوف أو الأمل) للتأثير على القرارات السياسية.  
- التدخل الأجنبي: أحيانًا تُستخدم وسائل الإعلان السياسي من قبل جهات خارجية للتأثير على الانتخابات في دول أخرى.  
  
الإعلان السياسي له تأثير كبير على المجتمعات، وهو سلاح ذو حدين؛ فقد يكون وسيلة للتوعية أو أداة للتضليل، حسب كيفية استخدامه.