

ويرتبط هذا الخيار ارتباطاً مباشراً بالمآسي التي عاشتها البشرية ولا زالت لغاية اليوم نتيجة الحروب وقد كان هذا من أهم الأسباب التي دفعت بالقوى العظمى للبحث عن بدائل أخرى للقوة الصلبة ذات التكاليف العالية والتداعيات السلبية على مختلف الأصعدة، ومن أهم هذه البدائل تغيير نمط القوة المستخدمة من الصلبة إلى الناعمة تمارس الدول اليوم سياسات القوة الناعمة كعنصر يتكامل مع الأنشطة التي تهم مختلف البرامج التي تنفذ خارج الحدود في تواصل مباشر مع النخب والجمهير الأجنبية أو الفئات المستهدفة في إطار مساعيها الدبلوماسية أو حتى داخل حدود الدولة الواحدة سعياً للتأثير على الرأي العام المحلي، و تشمل القوة الناعمة هنا تدبير جملة من التدفقات الإعلامية والتواصلية والثقافية لإحداث تغييرات أو بناء أفكار وقناعات معينة. في التسعينات، بل عن طريق الجاذبية وجعل "Joseph Nye" "القوة الناعمة يرتبط مصطلح القوة الناعمة بـ"جوزيف" ناي الآخرين يريدون ما تريد. و القوة الناعمة تنشأ من جاذبية ثقافة بلد ما، فعندما تبدو سياسة بلد ما مشروعة في عيون الآخرين تتسع قوتهم الناعمة. وفي كتابه " حتمية القيادة الطبيعية المتغيرة للقوة الأمريكية أشار "ناي" بأن القوة الناعمة أيضاً هي: القدرة على التأثير في الآخرين لتحسين و تعزيز الصورة أو المظهر الخارجي للدولة، من جانبه عرفها "مايكل" آيزنشتات بأنها " استخدام الأقوال والأفعال والصور الإنفعالية في إطار حملة استراتيجية للتواصل، وطرحه هنا يختلف عن طرح "جوزيف ناي". الثقافة، وتمثل هذه الموارد الثلاث نقاط القوة الناعمة التي يرتكز وفي السياسة الخارجية بتشجيع السلام وحقوق الإنسان، يمكن أن تؤثر حيث أن السياسات التي تبدو منافقة أو غير مبالية برأي الآخرين أو القائمة على المعالجة ضيقة الأفق للمصالح قد تقوض القوة الناعمة. المحاكات. أي استقطاب الآخرين وجذبهم عن طريق آليات تقوم على التأيير والإقناع والجاذبية، وبالإعتماد أيضاً على موارد القوة الخطاب السياسي الإعلامي يعتبر الخطاب السياسي الإعلامي أحد أبرز الأدوات التي يستخدمها القادة والسياسيون للتأثير على الرأي العام وتشكيل السياسات العامة . بهدف نقل رؤاهم وتوجيه الرأي العام نحو سياساتهم وأهدافهم . خصائص الخطاب السياسي الإعلامي الاستراتيجية اللغوية: يستخدم تقنيات لغوية وإيقاعية لجذب الانتباه وإقناع الجمهور، والتكرار. وتوجيهها. التكيف مع الجمهور: يتناسب الخطاب السياسي الإعلامي مع الجمهور المستهدف من حيث اللغة والأسلوب والمحتوى. دور القوة الناعمة في الخطاب السياسي يمكن للدولة استخدام خطابها الإعلامي للترويج لقيمتها ومبادئها، المنظمات غير الحكومية التي تعمل على تعزيز حقوق الإنسان. يمكن للدولة أن تُنظم فعاليات ثقافية عالمية، في المنافسات الدولية. على سبيل المثال، يمكن للدولة تقديم المساعدات الإنسانية للدول المنكوبة، تحديات استخدام القوة الناعمة في الخطاب السياسي يعتبر استخدام القوة الناعمة في الخطاب السياسي الإعلامي الموجه للرأي العام فعالاً للغاية، لكن مع ذلك هناك صعوبات تواجهه من بينها: التأثير المحدود تأثير القوة الناعمة في الخطاب السياسي الإعلامي محدود مقارنة بالتأثير الذي يمكن أن تحققه القوة العسكرية أو الاقتصادية، المقاومة والمعارضة : قد تواجه القوة الناعمة مقاومة من قبل بعض الأطراف السياسية أو الثقافية التي لا تتفق مع السياسات المتبعة. التفسير السلبي : يمكن أن يتم استغلال القوة الناعمة في الخطاب السياسي الإعلامي بشكل سلبي من أجل تضليل الجمهور أو توجيهه نحو أجندات سياسية محددة تخدم أطرافاً بعينها وليس هدفها مصلحة الرأي العام. استخدام لغة قوية ومؤثرة للتعبير عن مشاعره تجاه قضية معينة، الخطابات : تُستخدم الخطابات لإلهام الجمهور وتوحيده حول قضية معينة. أو يمكنه أن يلقي خطاباً عاطفياً يحشد الدعم لقضيته أو يمكنه استخدام رمزاً ثقافياً لربط نفسه بالجمهور. يمكن للسياسي أن يروي طفولته أو عن تجاربه في الخدمة العامة ، أو يمكنه أن يروي قصة عن شخص تأثر بعمله. العواطف : تُستخدم العواطف لجذب انتباه الجمهور وإثارة مشاعره على سبيل المثال، يمكن للسياسي استخدام الفكاهة أو الحزن أو الغضب للتواصل مع جمهوره على المستوى العاطفي. قد تعجز القوة الصلبة عن القيام به، وإنما هي سجال عقلي يهدف إلى التأثير على الرأي العام فخطورة الإعلام تكمن في القدرة على التأثير وبلورة الفكر، الذي يتحكم في تصرفاتنا ويعدل أفكارنا ويجعلنا نقتبس أحياناً ما لا يلائمنا ولا يتوافق مع عاداتنا وتقاليدنا استجابة لطبيعة المرحلة، لذلك فالخطاب السياسي الذي التغطية الإخبارية : تُستخدم التغطية الإخبارية لنقل صورة إيجابية عن الدولة أو الفاعل السياسي، حيث يمكن لوسائل الإعلام التركيز على الإنجازات الإيجابية للدولة، البرامج الترفيهية: تُستخدم البرامج الترفيهية لنشر قيم ومبادئ معينة، الأفلام والبرامج التلفزيونية تُظهر صورة إيجابية عن ثقافة الدولة أو تاريخها ، الإعلانات تُستخدم الإعلانات للترويج لمنتجات وخدمات الدولة أو الفاعل السياسي. على سبيل المثال، أو يمكن للإعلانات التجارية للمنتجات أن تُظهر جودتها العالية. الدبلوماسية العامة : تُستخدم الدبلوماسية العامة لبناء علاقات إيجابية مع الجمهور الأجنبي،