

جامعة أحمد دراية - أدرار



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

الاتصال السياسي وأثره على المشاركة الانتخابية في الجزائر 2017/2014

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: تنظيمات سياسية وإدارية.

بإشراف الاستاذ:

علي زين العابدين

إعداد الطالبتين:

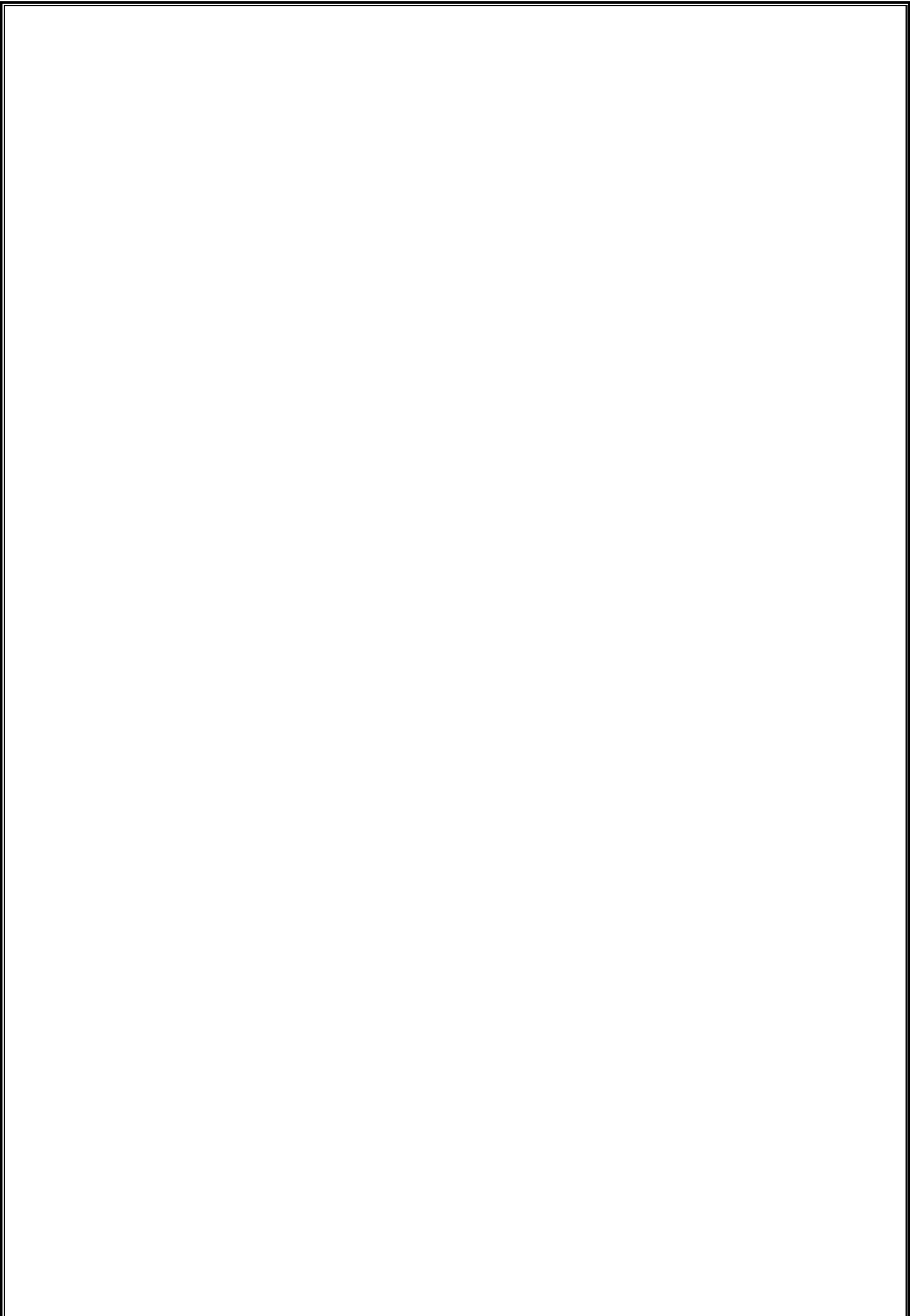
عزيزي رشيدة

قطيش عالية

لجنة المناقشة:

الدكتور... سباعي أحمد... أستاذ... محاضراً... جامعة... أدرار... رئيساً
الأستاذ... زين العابدين علي... أستاذ... مساعد أ... جامعة... أدرار... مشرفاً ومقرراً
الأستاذ... بن مالك محمد الحسن... أستاذ... مساعد أ... جامعة... أدرار... عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2018-2019م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"ولئن شكرتم لأزيدنكم"

أولا لك الحمد ربي على كثير فضلك وجميل عطائك ووجودك الحمد لك ربي ومهما حمدنا

فلن نستوفي حمدك

والصلاة والسلام على من لا نبي بعده

إلى التي بحنانها ارتويت وبقناتها احتميت ، وبنورها امتديت وببصرها اقتديت ولحقها ما

وفيت ، إلى من

يشتهي اللسان نطقها، وترفرق العين من وحشتها وتخضع الأحاسيس لذكرها، إلى الشمعة

التي تحترق من

اجل أن تضيء لي الدرب ، إلى أجلي ما في الوجود.

" أمي رشيدة أطل الله في عمرها"

إلى درعي الذي به احتميت، وفي الحياة به اقتديت، ركيزة عمري وصدر أمانتي

وكبريائي

إلى رمز القوة والعطاء والجود والكرم والوفاء، إلى من علمني محاسن الأخلاق.

"أبي أحمد أطل الله في عمره"

إلى من ساندني ودعمني ودفع الأمل في قلبي للمضي قدما والوصول إلى ما وصلت إليه

إلى من تفر العين برؤيتهم ويفرح القلب برفقتهم

إخوتي وأخواتي أدامهم الله لي

إلى اعز صديقاتي

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

حليقة...

إهداء

الحمد لله رب العالمين نحمده حق حمده ونستعين به استعانة العبد الضعيف بالرب
القوي الذي رسم لنا طريق الصواب وأنار لنا بنوره ظلام الجهل وأعاننا على انجاز
هذا العمل المتواضع فله الحمد من قبل ومن بعد أهدي ثمرة جهدي إلى عز
الناس على قلبي إلى من أمرني ربي أن اخفض لهما
جناح الذل من الرحمة إلى أمي وأبي حفظهما الله ورعاهما لي
إلى نبع الحب والحنان إلى من حملتني تسعا وهنا على وهن. إلى من علمتني أن
انهل على العلم واطلبه إلى من كانت شمعة تحترق لتبخر دربنا إلى صاحبة الحزن
الدافئ والقلب الواسع. إلى التي كانت وما زالت سندا وعمونا لي. إلى احن من
تراه في الوجود إليك أمي الغالية يا احلي ما في الوجود.

إلى والدي إلى من شقي وتعب من اجل راحتنا إلى من رباني صغيرة وأرشدني
كبيرة. إلى الذي أذاب سنين عمره ليسعدنا. إلى الذي فرّس لي الدرب ليجعل
الصعب سهلا والمستحيل ممكنا. إلى من امن لنا سفينة الزمان لتصل بنا إلى بر
الأمان الذي علمنا بان الحيلة كفاح وان الصبر سلاح.

إلى أعظم رجل في الدنيا أبي العزيز.

إلى الإخوة والأخوات إلى زوجة أخي وأزواج أخواتي. إلى جدتي العزيزة أمد الله في
عمرها. إلى عماتي وأعمامي. إلى خالاتي وأخوالي. إلى كل الأقارب والأحباب. إلى
صديقاتي عليّة، هاجر، أسماء، كلثوم، فاطمة الزهراء، سهام، خديجة....

رشيدة....

شكر وتقدير

نحمد الله الودود الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع طمعا
في أن يوفقنا للمزيد بإذنه ومشيئته ولأنه من لم يشكر الناس لم
يشكر الله نتوجه بخالص الشكر والامتنان لكل من ساعدنا وقدم
لنا يد العون كي يدفعنا قدما نحو إتمام هذا الجهد وعلى رأس
هؤلاء جميعا يأتي أستاذنا المشرف زين العابدين علي الذي كان
لنا نعم الناصح الأمين فله منا كل الاحترام
والتقدير.

كما نتقدم بالشكر الخالص إلى الأستاذ الجعفري عبد الله والأستاذ
تهامي عثمانبي والأستاذ مشاور صديقي والأستاذ بن مالك محمد
والأستاذ سباعي أمحمد وكل الأساتذة الكرام.

ولا ننسى بالذكر أن نتقدم بالشكر إلى الطالبة عزيزي حليلة
والطالبة حراش شمس الدين اللذان كان لهما الفضل في إتمام هذا
العمل، وإلى كل أساتذة وطلاب وعمال قسم العلوم السياسية.
ونشكر في الأخير كل من تتلمذنا على أيديهم طوال الأطوار
التعليمية وعلى مدى الحياة.

مقدمة

على مر العصور لم يعرف التقدم الانساني هدنة، فعمليات تراكم الثقافة تتحرك دون توقف، تارة بشكل تدريجي واستمراري، وتارة أخرى بصورة ضفرا نوعية غير متصلة وغير سبائية. كما يحدث اليوم بفعل ثورات الاتصال المتلاحقة التي ماتزال تتواصل بآليات متسارعة خاصة في حقبة التكنومعلوماتية فكان الانسان قادراً على التواصل مع غيره دون أي حواجز، فأضحى يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات وجاء ليفتح المجال للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهتم بحرية غير مسبوقه وأصبح المواطن يشارك في صنع القرار المحتوى الإعلامي ويناقش القضايا المختلفة بكل حرية.

ونحن نعيش اليوم عصر الاتصال والديمقراطية التي جعلت المشاركة السياسية أبرز مظاهرها، ومقياس تطبيقها، فقد كانت بدايات علم الاتصال بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، إذا تبلورت الرغبة في إنشائه كحقل معرفي مستقل، تأثر فيما بعد بالتطورات التي شهدها العالم من مختلف الميادين، حيث أصبح للاتصال علاقة مع مختلف الحقول المعرفية، وفي مقدمتها علم السياسة، فهذه العلاقة والتداخل أفرزا حقلاً معرفياً جديداً وهو الاتصال السياسي الذي جعل من السياسة ميدان لدراسته، بتناوله المادة الرابطة للمكونات وأطراف العملية السياسية من خلال المفردات، اللغة والرموز السياسية، ويستند لتقنيات وقنوات عديدة أهمها وسائل الاعلام.

أما بخصوص المشاركة الانتخابية والتي لم تعد المظهر الرئيسي للمشاركة السياسية والتي تعني بمشاركة الافراد في العملية الانتخابية وتعكس اهتماماتهم السياسية ، فالافراد على اتصال بمحيطهم يتأثرون بمجريات الاحداث السياسية ويشاركون فيها، ولايمكن للافراد المشاركة في الأمور السياسية إلا بوجود اتصال بينهم وبين النخبة الحاكمة صانعة القرار. فموضوع الاتصال السياسي أثار الكثير من الجدل في أوساط علماء السياسة، واهتموا بدراسة التفاعل بين الاتصال والعملية السياسية بصفة عامة، والعملية الانتخابية بصفة خاصة.

1. أهمية الموضوع: تتبع أهمية الموضوع من خلال مايلي:

الأهمية العلمية والعملية: دراسة العملية الانتخابية تتيح الكشف عن مدى استقرار العلاقة القائمة بين المجتمع والنظام السياسي.

• دراسة الاتصالات السياسية التفاعلية الخاصة بالحملات الانتخابية ومدى تأثيرها على العملية الانتخابية.

• ابراز أهمية الدراسة من كونها تقف على واقع الإتصال السياسي في الجزائر والمشاركة الانتخابية كنشاط اتصالي بين الحاكم والمحكوم.

اظهار أهمية الدراسة من خلال مدى تأثير الإتصال السياسي على المشاركة الانتخابية في الجزائر.

2. أهداف الدراسة:

لقد سعت الدراسة لتحقيق أهداف علمية وعملية، فعلى الصعيد العملي تسعى لإشباع رغبات الباحث والمتمثلة في معرفة واقع الإتصال السياسي في الجزائر وتأثيره على المشاركة الانتخابية.

أما على الصعيد العلمي فهي تسعى للوقوف على حقيقة ما إذا فعلا الحملات الانتخابية في الجزائر عرفت اتصال سياسي حقيقي كان له تأثير فعال على المشاركة الانتخابية.

3. أسباب إختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

إن قراءتنا لبعض الكتب وإطلاعنا على مختلف مواقع الانترنت جعلنا نهتم بتأثير الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الجزائرية على درجة المشاركة السياسية و خاصة في ظل الاخبار السياسي المتداولة، والميل الشخصي في البحث عن المواضيع ذات البعد الاتصالي والانتخابي.

أسباب موضوعية:

لقد اخترنا هذا الموضوع كونه من مواضيع الساعة عند العموم، خاصة وأن الحملات الانتخابية أصبحت تتداول في مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

إن دراستنا ككل الدراسات عرفت عدة دراسات سابقة لها كالدراسة التي قام بها جعفري عبد الله، تخص موضوع التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية في الجزائر دراسة حالة الانتخابات التشريعية 10 ماي 2012، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية.

حيث تناول فيها الاتصال السياسي وعلاقته بالحملات الانتخابية ودراسة إحصائية لتشريعات 2012. وكذلك الدراسة التي قامت بها معاوية شيماء تحت عنوان دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية. فتناولت فيها دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية من خلال معالجة قنوات وآليات الاتصال السياسي حيث اعتبرت الإتصال السياسي والحملة الانتخابية دراسة هامة وركزت على الاتصال السياسي واهميته في رفع الوعي بالنسبة للناخبين.

4. إشكالية الدراسة:

إن صحة مقولة عالم السياسة "الموند" (كل شئ في السياسة إتصال) فإن المشاركة في الانتخابات سواء كانت الرئاسية أو البرلمانية أو المحلية فهي تحتاج لاستخدام كافة الآليات والوسائل من طرف الأحزاب والمرشحين حتى يتيح للمنافسين طرح برنامجهم وأرائهم في السياحة السياحة السياسية الجزائرية معتمدة في ذلك شتى وسائل الإتصال للوصول إلى مشاركة انتخابية واسعة، وهذا ما تسعى إليه الدراسة من خلال معرفة مدى تأثير الاتصال السياسي على المشاركة الانتخابية في الجزائر؟

5. وتتفرع الإشكالية لمجموعة من التساؤلات الفرعية هي

- ماهو مضمون الاتصال السياسي؟
- ماهي المفاهيم الواجب دراستها لفهم المشاركة الانتخابية؟
- ماهي الآليات والوسائل المتحركة في الاتصال السياسي ؟ وما مدى فاعليتها لإقناع الناخب الجزائري بمرشح معين؟
- كيف تؤثر الخطابات السياسية والبرامج الانتخابية على المشاركة الانتخابية؟

6. الفرضيات:

- الفرضية الرئيسية : تفترض الدراسة إلى أن دور الاتصال السياسي وتأثيره على المشاركة الانتخابية الجزائرية يجعل الاتصال ضروري لاغنى عنه، حيث أنه لا يستطيع المرشح الانتخابي أو قائد الحزب تنفيذ حملة انتخابية فعالة في حالة غياب آليات ووسائل الاتصالية.

وتتفرغ هذه الفرضية الى مجموعة الفرضيات الثانوية نذكر فيما يأتي:

1-كلما كان الاتصال السياسي فعال كانت مشاركة انتخابية واسعة وشفافة.

2-كلما كان المرشح مستخدماً لوسائل الاتصال الحديثة كانت المشاركة أكثر.

3-كلما كانت برامج انتخابية واضحة وخطابات سياسية فعالة ومقنعة زادت المشاركة الانتخابية.

7. تقسيم الدراسة:

وبناء على كل ماتقدم معالجته جاءت دراستنا التي تحمل عنوان "الاتصال السياسي وتأثيره على المشاركة الانتخابية الجزائرية 2017/2014" التي قمنا بتقسيمها إلى فصلين يصبان في أبعاد الموضوع خاصة حول الاتصال السياسي وتأثيراته على المشاركة الانتخابية الجزائرية، حيث جاء في الفصل الأول الإطار المفاهيمي والمنهجي للاتصال السياسي والمشاركة الانتخابية من خلال التطرف لمفهوم الاتصال السياسي وكذا العلاقة التي بين الاتصال والسياسة إضافة إلى عناصر وأهداف الاتصال السياسي وأهم وظائفه، في حين أن الإحاطة بمفهوم المشاركة كان من خلال التعرف على المشاركة الانتخابية وتناول أهم المصطلحات المشابهة للمشاركة الانتخابية وذكر أنواعها وأهميتها.

كما عالج الفصل الثاني من الدراسة التأثير الذي يقوم به الاتصال السياسي على عملية المشاركة الانتخابية من خلال تقسيمها إلى مبحثين الأول عالجن فيه طبيعة الاتصال السياسي في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014 فتطرقنا فيه إلى الحملات الانتخابية كآلية الاتصال وطبيعة البرامج الانتخابية والخطابات السياسية وأيضاً دور وسائل الاعلام وكذلك معيقات المشاركة الانتخابية.

في حين أن المبحث الثاني اختص بالاتصال السياسي في الحملات الانتخابية التشريعية 2017 فعالج دور الاعلام في إدارة الانتخابات التشريعية و الظروف البيئية للانتخابات التشريعية، وايضا الاطار القانوني للانتخابات التشريعية ، وكذلك قراءة في نتائج الانتخابات التشريعية.

8 تحديد المصطلحات الأساسية:

الإتصال: لقد عرفه (هوفلاند) بقوله "إن الإتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالإتصال منبهات"¹

تعريف الحملة الانتخابية: عرف "دنيس ماكسويل" الحملة الانتخابية بأنها جهود إتصالية تمتد إلى مدة زمنية وتستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي، يكون متوافقاً مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيهه وتحضير اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقفولة إجتماعيا مثل التصويت.²

9 صعوبات الدراسة :

تشعب المادة العلمية وصعوبة اختيار الأفضل منها.
تشابك المادة العلمية في بعض المواقف مما دفعنا إلى الخلط .

10 المناهج المتبعة في الدراسة:

المنهج التاريخي: ويعتمد هذا المنهج على تفسير الظواهر التاريخية السياسية بعد وقوعها ويستفيد من الماضي في تحليل الحاضر، كونه يقدم لأي ظاهرة سياسية ويساعد على فهم وتفسير تلك الظاهرة واستخلاص النتائج وبيان القوانين التي تحكم سلوكها.
المنهج الوصفي: حيث اعتمد عليه في وصف الإتصال السياسي وواقع المشاركة الانتخابية في الجزائر.³

¹- عيساوي احمد، مدخل الى علوم الاعلام والاتصال، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2014، ص.34

²بن صغير زكرياء، دليل الحملات الانتخابية، الجزائر الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012، ص.6

³ناجح رشيد القادري، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2004، ص.51

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للاتصال
السياسي والمشاركة الانتخابية.

نحن نعيش اليوم عصر الإتصال والديمقراطية حيث أصبح الإتصال أهمية كبيرة في الحياة السياسية وفي المجتمع بصفة عامة فالإتصال له علاقة وطيدة بالسياسة وهذه العلاقة أفرزت حقلا معرفيا جديدا، الا وهو الإتصال السياسي الذي جعل من السياسة ميدانا لدراسته. أما بخصوص المشاركة الانتخابية فهي تعكس اهتمامات الافراد للمشاركة في الامور السياسية من خلال الاتصال السياسي الذي يكون بينهم وبين النخبة الحاكمة. فموضوع الاتصال السياسي يهتم بدراسة التفاعل بين الاتصال والعملية السياسية بصفة عامة والعملية الانتخابية بصفة خاصة .

وسوف نتطرق من خلال هذا الفصل المفاهيمي إلى ضبط مفهوم الاتصال السياسي والمشاركة الانتخابية من خلال مبحثين الأول نعالج فيه مفهوم الاتصال السياسي ونشأته والعلاقة بين الاتصال والسياسة ونتطرق إلى عناصر الاتصال السياسي وأهدافه أما بالنسبة للمبحث الثاني فنتطرق فيه لمفهوم المشاركة الانتخابية والمصطلحات المشابهة لها ونوضح أهمية المشاركة في الانتخابات وأنواعها.

المبحث الأول: ماهية الاتصال السياسي.

يعد الاتصال السياسي من أهم مجالات علم الاتصال، حيث أصبح حقلًا دراسيًا ومعرفيًا قائمًا بذاته، له أسسه ومبادئه وجعل من السياسة مادته الخام مهتمًا بتفاعلات العملية السياسية والعملية الاتصالية.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال السياسي.

قبل التطرق إلى مفهوم الاتصال السياسي كأحد نماذج علم الاتصال لا بد من عرض مفهوم الاتصال بصفة عامة:

تعريف الاتصال:

الاتصال لغة:

الاتصال يعني المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار والآراء والمعلومات عن طريق الكلام أو الإشارات. كما تعني الكلمة أيضًا شبكة الطرق أو شبكة الاتصالات.¹

تعريف اصطلاحًا:

هو تبادل المعلومات وإرسال المعاني والأخبار بهدف تحقيق أغراض معينة وتحديد احتياجات النفسية والاجتماعية وللاتصال يتم إما بالإشارة والإيماءات أو بواسطة الالفاظ. ما يمكن ملاحظته على هذه التعاريف أنها كلها تؤكد على ضرورة التفاعل الموجود بين الأفراد والبشر وأهمية العلاقات الانسانية بينهم.

كما يعرف «أحمد أبو زيد»² الاتصال بأنه (العملية التي يتم بمقتضاها تبادل وتكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم المجتمع وطبيعته وتكوينه وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم).³

¹ عزوز احمد، الاتصال ومهارته، وهران: منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، 2006، ص. 18

² احمد مصطفى ابو زيد هو عالم انثربولوجيا مصري، حصل على جائزة النيل للعلوم الاجتماعية عام 2011.

³ أبو شنب جمال محمد، نظريات الاتصال و الإعلام المفاهيم المداخل النظرية القضايا، مصر: دار المعرفة، 2008،

تعريف الاتصال السياسي:

تعددت الآراء بشأن تعريف الاتصال السياسي ففي تعريف "شودسون" schudson هو أية عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع . ويعرفه "جون ميدو" j.medou بأنه الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكمياته أو الطريقة التي تقوم فيها ظروف الاتصال بتشكيل السياسة¹.

يقول "جاك سيقيلا" jaeques sèguèla أن (الحكم هو الاتصال) حيث أن الرجل السياسي يغير الاتجاهات والآراء لدى الجمهور المستقبل عن طريق الاتصال وذلك بالاستماع وفهم تطلعات ذلك الجمهور وإعلامه بمخططاته والتأثير فيه لتحقيق أهداف محددة وذلك هو جوهر الاتصال السياسي.

والتعريف الشامل للاتصال السياسي يعني مجموع الرسائل الصادرة من الحكام والموجهة إلى المحكومين وتبليغها بواسطة دعائم وسائل الإعلام والاتصال كما يعني أيضاً مجموعة من التقنيات المستعارة في محترفي الاستشارة السياسية للاتصال بالمحكومين وفي التسويق السياسي وسير الآراء والعلاقات العامة والإشهار وتعديلها وتغييرها ويعني أيضاً النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة والإعلاميون أو عامة افراد الشعب والذي يعكس اهداف سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتأثيرها في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة.²

نشأة علم الاتصال السياسي:

كان للتيارات الفكرية التي انطلقت في القرنين 18 و 19 أثرها في الفكر السياسي في القرن العشرين، الذي شهد تحولات جذرية وعميقة شملت كافة المجالات . وبروز العديد من

¹ ابن صالح جعفر، الاتصال السياسي في الجزائر معالجة إعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية (جريدتي الشروق والخبرنموذج)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة وهران: 2013/2012، ص 21 .

² البشر محمد بن سعود، مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض: مكتبة العبيكان، 1999م، ص 19.

الاتجاهات والأنشطة الإنسانية ومن بينها: الاتصال السياسي الذي غير النظرة الى الانسان ودوره في الحياة السياسية نتيجة سيادة وانتشار مفاهيم الديمقراطية، وبالتالي فقد توصل علماء الاتصال والاجتماع السياسية في الخمسينات الى تحديد مفهوم الاتصال السياسي والتنظير له عام 1956 من خلال دراسة العلاقة بين الانظمة السياسية الحاكمة والسلوك السياسي للأفراد.¹ اي من خلال تتبع تجارب هذه الأنظمة في التأثير على سلوك الناخبين ويمكن ملاحظة أن اتساع وظائف الدولة أدى إلى الاهتمام بالرأي العام وبروز جماعات الضغط والأحزاب السياسية مثل الأحزاب المعارضة والنقابات والمؤسسات الإعلامية.

ولهذا بدأ الاهتمام بدراسة العلاقة بين السياسية ومكونات المجتمع، وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى، كما بدأ الاهتمام بالمشاركة السياسية والسلوك السياسي والانتخابات، وغيرها من الموضوعات ذات الارتباط بالاتصال السياسي ما بين أفراد المجتمع والنظم السياسية، الى جانب العناية بالإنسان ومشكلاته وأزماته وسلوكه السياسي ومشاركته في الحياة السياسية، إضافة الى التطورات التي طرأت على العلوم الأخرى، وتأثر العلوم الاجتماعية بمناهج العلوم الطبيعية، وتطبيق بعض مناهجها في مجال الدراسات الاجتماعية والسياسية.

ومع التغيرات العالمية المعاصرة أصبحت السياسة والاتصال أكثر محورية وشمولية في حياة الانسان المعاصر، ابتداءً من القرن العشرين تغلغت السياسة وتحكمت في الحياة، وارتبطت بأهم الاحتياجات البشرية، وتصدرت قائمة الأولويات في كل المجتمعات الحديثة كما لم تتصدرها في العصور السابقة، وأخذ كل نشاط اتصالي يصدر عن الانسان يحمل معاني ومضامين سياسية واضحة أو غير واضحة، كما أن كل قضية من القضايا المحلية أو العالمية، التي تطرحها وسائل الاتصال أصبحت مرتبطة بشكل أو بآخر بالاعتبارات السياسية،² بما في ذلك القضايا العابرة إلى جانب أن فهم السياسة وقضاياها لم يعد حكرًا على من يمارسون

¹ ال سعود سعد، الاتصال والإعلام السياسي، الرياض: دار الكتاب الحديث، 2010، ص.18.

² ال سعود سعد، المرجع نفسه، ص.20.

العمل السياسي فحسب، فالسياسة أصبحت سلوكا يقوم به أفراد المجتمع العاديين كما يقوم به القائم على السلطة السياسية، الى الحد الذي دفع البعض إلى تسمية هذا العصر بعصر السياسة والتسييس.

المطلب الثاني: العلاقة بين الاتصال والسياسة.

تعتبر العلاقة بين الاتصال والسياسة في مختلف دول العالم بصرف النظر عن طبيعة وشكل النظام السياسي والنظام الاتصالي الذي يمارسها هي علاقة جوهرية لدرجة يصعب تصور أحدهما دون الآخر أو قيامه بوظائف بمعزل عنه، كما تختلف رؤى الباحثين حول العلاقة بين الاتصال والسياسة إذا يرى "لوشيان باي" **lucian bye** بوجود علاقة جوهرية بين العملية الاتصالية والعملية السياسية فأهداف النظام السياسي في السيطرة ولشريعة والمشاركة تستلزم وجود الوسائل التي تقوم بالتعبير الرمزي عن قيم النظام السياسي.¹

ونجد الحكومة تسعى دائما على كسب التأييد والدعم لسياساتها وقراراتها والتعرف على الاتجاهات السائدة في مجتمعها، حيث تعول على وسائل الاتصال في تحقيق تلك الأهداف فالذي يستحوذ على السلطة يسعى إلى السيطرة على وسائل الاتصال واستخدامها في التأثير على المعتقدات السياسية للأفراد.

وينظر للعلاقة ما بين الاتصال والسياسة من زاويتين:

1- إن وسائل الاتصال أدوات مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية استناداً إلى المقولة الديمقراطية الشهيرة أن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة.

2- إن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الاتصال لتحقيق أهدافها السياسية. ومن جانب آخر فإن طبيعة التأثير ومداه بين وسائل الاتصال والسلطة السياسية تختلف من مجتمع لآخر ومن نظام سياسي لآخر،² ففي النظم الديمقراطية تمارس وسائل الاتصال

¹ بن صالح جعفر، مرجع سبق ذكره، ص. 25.

² آل سعود سعد، مرجع سبق ذكره، ص. 23.

تأثير أكبر في النظام السياسي مما عليه الحال في الأنظمة السياسية الأخرى مثل الشمولية والتسلطية.

حيث أصبحت الممارسة السياسية حالياً تعتمد على العملية الاتصالية فعلاقة السياسة بالاتصال علاقة جوهرية لا يمكن الفصل بينهما فالتنظيمات كلاهما يتأثر بالأخر ويؤثر فيه. تعتبر علاقة الاتصال بالسياسة علاقة تأثر وتأثير حيث أن صانع القرار أو رجل السياسة يجب أن يكون رجل اتصال بامتياز فالاتصال أصبح الوتر الحساس في اللعبة السياسية.

المطلب الثالث: عناصر الاتصال السياسي وأهدافه.

1- عناصر الاتصال السياسي:

لا يمكن الحديث عن عناصر الاتصال السياسي دون التطرق إلى عناصر الاتصال ككل لأن عناصر الاتصال السياسي لا تختلف عن عناصر الاتصال في شكلها العام، ولقد تباينت الآراء حول تحديد هذه العناصر ومن هذه العناصر هناك أربع عناصر أساسية تتمثل في المرسل لرسالة و المتلقي أما العناصر الأخرى فترتبط بقياس أثر العملية الاتصالية، نذكر على سبيل المثال كعملية اجتماعية من استجابة وتغذية عكسية :

أ- المرسل السياسي : وهو الشخص السياسي أو مجموعة أشخاص أو مرشحين أو النظام السياسي أو إحدى مؤسساته وقد يكون الهيئة أو الجهاز الهيئة السياسية الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين وهو الذي تصدر عنه الرسالة الاتصالية السياسية.

ب- الوسيلة أو القناة: وهي كل وسيلة اتصالية تجسد النشاط السياسي الذي تمارسه الحكومة أو الإعلاميون أو عملية التنشئة السياسية.¹

وهي الوسيلة أو الوساطة المادية لتوصيل الرموز التي تحتويها الرسالة وهي القناة التي تنتقل من (خلالها من مصدر إلى مستقبل وتتعدد هذه الرسالة في عملية الاتصال بالجمهور

¹ آل سعود سعد، مرجع سبق ذكره، ص. 24.

ويتوقف استخدام كل وسيلة منها على عدد متغيرات أهمها طبيعة الفكرة المطروحة والهدف المقصود والوقت وخصائص الجمهور المستهدف.

ج- **المستقبل (المتلقي):** وهو الذي يستقبل الرسالة بالشكل الذي تم استهدفه من قبل المرسل، وحتى يتم ذلك لابد من أن يكون المستقبل اي جمهور الناخبين او الرأي العام على استعداد تام لذلك لقبول الرسالة وتفسيرها تبعا لإطاره الدلالي وحسب خبراته السابقة.

د- **التغذية الرجعية:** وتعرف بإسم التغذية العكسية feedback وهي العملية التي من خلالها يدرك القائم على الاتصال نمط استجابة المتلقي لرسالته، وتعتبر الوسيلة هي العنصر الحاسم في تدقيق رجع الصدى من الجمهور، وتختلف التغذية العكسية في عملية الاتصال الجماهيري عن الاتصال المباشر، ففي حالة الاتصال المباشر تكون بسيطة ومباشرة بحيث يمكن للقائم بالاتصال أن يدرك أثر رسالته، أما في الاتصال الجماهيري فستستغرق التغذية العكسية وقتا أطول ليدرك القائم بالاتصال أثرها، وكلما زاد حجم رجع الصدى زاد فهم المتلقي للرسالة.

ولكن يجدر الإشارة إلى أن عملية الاتصال السياسي تثير عناصر ومكونات خاصة بها لعل أهمها: أطراف العملية السياسية من الفاعلين السياسيين والمواطنين الذين يشكلون ليس فقط جمهور الاتصال، ولكن يقوم بأدوار القائم على الاتصال كما قد يكون الاتصال الجماهيري جزء من عملية الاتصال السياسي في شكلها العام.¹

2- أهداف الاتصال السياسي:

يعتبر الاتصال السياسي أحد نماذج علم الاتصال فهو يعبر عن مجموع من الرسائل المرسلة من جهة الحكام إلى الناخبين بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات، خطابات، وهكذا بين الاتصال السياسي بأن له هدف الهيمنة والتحكم بسلوك الجماعات.²

¹ منصورى فاطمة الزهرة، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة: 2013/2014، ص.27.

² علاء حميد، الاتصال السياسي، مجلة النبأ، العدد: 83، بتاريخ/5/2006، <https://annabaa.org> 2019/05/10 على سا 11:55.

ولكن الهدف الأساسي الذي يسعى أي حزب أو منظمة سياسية أو مرشح إلى تحقيقه من خلال الاتصال السياسي هو الوصول إلى السلطة، وهذا يتحقق إلا إذا أقتنع أغلبية الناخبين بالتصويت لصالحه، ولتحقيق أهداف أي حزب لابد أن يكون هناك استراتيجية للاتصال السياسي، ومن بين الأهداف التي يمكن للاتصال السياسي أن يلعب دوراً في تحقيقها نذكر على سبيل المثال الحفاظ على عدد مناصلي الحزب والنسبة التي تحصل عليها في آخر انتخاب، محاولة كسب أنصار ومتعاطفين جدد ليصوتوا لصالح الحزب أو المنظمة السياسية أو المرشح في الاستحقاقات الانتخابية المقبلة، استهداف فئة محددة من جمهور الناخبين، الشباب النساء الفلاحين وغيرهم.¹

المطلب الرابع: وظائف الاتصال السياسي.

حاولوا المفكرين رصد الوظائف التي يقوم بها الاتصال السياسي في المجتمع حيث واجهوا عدداً من الصعوبات. لعل أبرزها:

- 1- التداخل الشديد بين الوظائف السياسية والوظائف الأخرى التي تقوم بها وسائل الاتصال بوجه عام: فالنظام السياسي وأنشطته وقيمه السائدة ترتبط بكثير من العوامل غير السياسية وكذلك التفاعلات بين النظام السياسي والجمهور العام.
- 2- صعوبة تحديد مفهوم الوظائف.

1. الوظيفة الإخبارية: تعد الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف السياسية تأثيراً في المجتمع والنظام السياسي على حد سواء فهي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري باستخدام النشر والبرث على نطاق واسع، فهي تشبع في الإنسان حاجته الفطرية في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية فالأخبار تعد متحدثاً رسمياً باسم الحكومة في أي

¹ صحراوي بن شيخة، التسويق السياسي في الجامعات المحلية دراسة حالة الانتخابات المحلية (البلدية والولاية) في الجزائر، 21 نوفمبر 2007، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية تسيير واقتصاد، جامعة تلمسان، السنة الجامعية، 2009/2008، ص. 231.

دولة من الدول وناقلاً للمعلومات السياسية وما يتصل بالسياسات العامة والمصالح القومية العليا.

ولكن كثير ما نجد الحكومات تستغل حاجة شعوبها إلى الأخبار والمعلومات الجديدة، فتنقّي من بينها ما يتفق مع سياستها وأهدافها كالحكومة الجزائرية مثلاً، ونجدها تقدم المعالجة الإخبارية في نفس الإطار الذي يخدم تلك السياسة ويحقق هذه الأهداف، وتقوم هذه الوظيفة بخدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم، كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية العامة أو المنظمات الرسمية أو شعبية يساهم في رسم الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير، ولكن تبقى للأخبار جوانب سلبية مثلما قد يحدث توتر للجمهور وذلك في حالة اعلان عن حرب أو احدثت حرب أو عنف، وقد حدث ذلك فعلاً عندما تدفقت الجماهير الفرنسية ذعراً إلى الشوارع إثر شيوخ خبر عن الغزو الألماني مما تسبب في عرقلتها لتحركات قواتها المسلحة.¹

2. التنشئة السياسية: هي عملية تنموية يتم من خلالها اكتساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية والمحافظة عليها أو تغييرها بواسطة وسائل الاتصال السياسي وهذه العملية المستمرة عبر مراحل حياة الانسان منذ الطفولة حتى الشيخوخة ومن خلالها يعي الفرد خصائص المجتمع والاتجاهات والأفكار السياسية السائدة على المستوى الداخلي والخارجي. وقد بدأ الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الإعلام في التنشئة منذ أن لوحظ أن التعرض للتلفزيون يبدأ مبكراً لدى الطفل وبالتالي لا بد أن يكون مصدراً مؤثراً في المعرفة السياسية لدى الفرد.²

ولكن ليس فقط التلفزيون له دور في التنشئة السياسية بل كل وسائل الاتصال السياسي تقوم بدور مهم في تنشئة الأفراد سياسياً من خلال تقديمها معلومات وأفكار وتوجهات عن العالم السياسي والتأثير فيهم وتدفعهم للاهتمام بالحياة السياسية والشؤون العامة.

¹ ال سعود سعد، مرجع سبق ذكره، ص. 61

² بن صالح جعفر، مرجع سبق ذكره، ص. 42.43

3. التسويق السياسي: هو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية يتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية بواسطة مؤسسات أو اشخاص متخصصين وهذه الطرق تشمل على التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات التي يقوم بها المرشحون أو الأحزاب السياسية التي تحاول قيادة الرأي العام أو نشر أفكارهم الخاصة.

فالسياسيون يهتمون كثيرا بوسائل الاعلام والطرق التكنولوجية المستخدمة لتسويق برامجهم وأفكارهم وتكوين صورة ذهنية ايجابية عنهم لدى افراد المجتمع فالمرشح يهدف من خلال التسويق السياسي الى بيع الافكار وكسب التأييد وإجتذاب الاشخاص.¹ كما ظهر التسويق السياسي نتيجة التطور الحاصل في وسائل الاعلام اضافة الى وجود نظام ديمقراطي قائم على الاقتراع إذ يعد التسويق السياسي ذلك النشاط او مجموعة الانشطة التي تستهدف تعظيم وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي أو لحزب معين أو برنامج أو فكرة معينة.²

4. التأثير في اتجاهات الرأي العام: أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام، وتزوده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على شؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل: فعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية، كما أن هذه الوسائل من واجبها تأكيد الشعور بالمواطنة والمشاركة السياسية وذلك من خلال تقديم معلومات حرة وصحيحة، تتيح للمواطنين التمتع بحقوقهم، والحصول على معلومات تساعد على المشاركة في مناقشات الخيارات السياسية: فالجمهور لا يملك التحكم فيما يقدم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية.

¹ ال سعود سعد ، مرجع سبق ذكره، ص.72

² خلفاوي شمس ضيات، التسويق السياسي بين المفهوم والأسس، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد18 جامعة عنابة: جانفي 2018، ص.279

المبحث الثاني: ماهية المشاركة الانتخابية

بنسبة للمبحث الثاني سنتطرق إلى تعريف المشاركة الانتخابية والمصطلحات المشابهة لها، كما سوف نبين أهمية المشاركة في الانتخابات وأنواعها.

المطلب الأول : تعريف المشاركة الانتخابية:

المشاركة الانتخابية هي عملية إرادية واعية ومستمرة ومتراكمة وان كانت موسمية حيث يتمكن الافراد من الحق في مباشرة حقوقهم السياسية من خلالها وإمكانية المفاضلة والاقتراع على من يمثلونهم أو ينوبون عنهم وهي عملية تبادلية فبقدر ماهية حق مكفول من قبل الدستور والقانون إلا أنها في المقابل واجب نابع من المؤسسة الاجتماعية والسياسية للفرد اتجاه مجتمعه.¹

والمعنى السياسي للمشاركة الانتخابية انها نوع من أنواع الممارسة السياسية التي يؤديها المواطنين من خلال صناديق الاقتراع حيث تعبر عن إرادة الشعب في الحكم بإختيار ممثليه من بين المرشحين في الانتخابات لتولي مسؤولية التنظيمات السياسية والاجتماعية في المجتمع.²

وتعد الانتخابات بمثابة الوسيلة الأساسية التي تأهل الناس للمشاركة في تسيير الشؤون العامة لبلدانهم والتي بدورها تعتبر حقا أساسيا من حقوق الانسان ويعتبر حق الانتخاب في الدول من اهم الممارسات السياسية، فهي وسيلة لنقل السلطة بطريقة سلمية من شخص الى آخر، من خلال مشاركة الانتخابية.

¹ منصورى فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² عرفة مسعودة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017، مذكرة

لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، 2018/2017، ص 37.

المطلب الثاني: المصطلحات المشابهة للمشاركة الانتخابية.

هناك العديد من المصطلحات المشابهة للمشاركة الانتخابية ومنها المشاركة السياسية والمشاركة الشعبية.

1- المشاركة السياسية: تعددت تعاريف المشاركة السياسية، حيث تعرف بأنها عملية يمارسها الأفراد بهدف التأثير في قرارات القائمين على السلطة يعرفها {لوسيان باي LUCIAN BAY} مبأنها مشاركة أعداد كبيرة من الأفراد والجماعات في الحياة السياسية.¹

أما محمد السويدي: فيعرف المشاركة السياسية على أنها عملية اجتماعية سياسية يلعب من خلالها الفرد دوراً في الحياة السياسية المجتمعة، بحيث تكون له فرصة المشاركة في وضع وصياغة الأهداف العامة للمجتمع وكذلك ايجاد أفضل الوسائل لتحقيق وانجاز هذه الأهداف.²

تعتبر المشاركة السياسية الفعل الإداري للشخص أي هي وسيلة ربط بين المواطن ومجتمعه من خلال التأثير على سير العمليات الانتخابية وعلى اتخاذ القرارات السياسية ولعب أدوار فعلية في النظام السياسي والحياة السياسية بصفة عامة.

2- المشاركة الشعبية: تعرف على أنها المساهمة الطوعية في العلاقة بين الفرد والجماعة وبين جماعة وجماعة أخرى.

3- السلوك الانتخابي: وهو سلوكا جماعيا يتيح للفرد من خلال تحليله ومعرفة أسس الناخبين لمختلف الأحزاب ومستوى الانتشار لهذه الأحزاب .

4- الانتخاب: يعرفه دايفد ايستون David Easton الانتخابات بأنها: تعبير يقدمه المواطنون عما ينتظرونه من النظام السياسي، ويقوم هذا الأخير بالتعبير: عن تلك الأمانى في شغل قرارات تطبيقه، مثيرا ردود أفعال تتجسد هي الأخرى في شكل أمانى جديدة.

¹ نوال مغريلي، ازمة المشاركة السياسية في الجزائر، المركز الديمقراطي العربي، جامعة قسنطينة: 17 أبريل 2017، ص20.

² لعجال محمد لمين، إشكالية السياسة وثقافة السلم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني عشر، جامعة محمد خيضر، بسكرة:

نوفمبر 2007، ص.243

5- الديمقراطية التشاركية: يعرفها الأمين شريط بأنها شكل أو صورة جديدة للديمقراطية تتمثل في مشاركة المواطنين مباشرة في مناقشة الشؤون العامة و اتخاذ القرارات المتعلقة بهم . كما تعرف بأنها توسيع ممارسة السلطة إلى المواطنين عن طريق اشراكهم في الحوار والنقاش العمومي واتخاذ قرار سياسي مترتب عن ذلك.

ويعبر مصطلح المشاركة الديمقراطية، عن معنى التحرر من وهم الأحزاب السياسية القائمة والنظام البرلماني الديمقراطي، الذي بدأ يعوق المشاركة في الحياة الاجتماعية والسياسية، بدلا من أن يدعمها.¹

المطلب الثالث: أهمية المشاركة الانتخابية.

إن أهمية المشاركة الانتخابية تكمن في أهمية شعور الناخب بمدى تأثير صوته الانتخابي في العملية الانتخابية، وكلما كان لصوت الناخب في العملية الانتخابية تأثيراً قوياً كلما أكد هذا التأثير أن المسيرة الديمقراطية تسير على نهج سليم في البلد الذي يعقد فيه الانتخابات، سواء كانت نيابية أو بلدية.

لقد اعتادت الأنظمة التي تعمل على ترسيخ مبادئ الديمقراطية أن تحرص على نزاهة وعدالة العملية الانتخابية، لضمان تعزيز الديمقراطية النابعة من اختيار الشعب لنوابه وممثليه، و أن الصوت الانتخابي يستطيع أن يقلب الموازين السياسية إذا نظمت الانتخابات وفقاً للشروط القانونية الدستورية التي يحددها القانون والدستور، ولذلك فإنخفاض نسبة المشاركة في الانتخاب في بعض البلدان يعكس عدم ثقة الشعب في النظام، وفي التزام النواب تجاهه.²

وعليه فالشعب الذي يعاني من عدم إخلاص نوابه وممثليه يعاني من مشاعر الإحباط حيث يرى عدم جدوى المشاركة في صنع القرار السياسي لكونه يدرك أن المشاركة الانتخابية لن تغير الواقع السياسي والاجتماعي.

¹ سويقات الأمين، دور المجتمع المدني في تكريس الديمقراطية التشاركية، مجلة دفاتر السياسة المقارنة والقانون، العدد12، جوان ، جامعة ورقلة، ص.244

² ياسر رزق، أهمية المشاركة في الانتخابات، بوابة أخبار اليوم، العدد366، بتاريخ28 أغسطس2015، معهد البحرين، ص.1

ومن أجل ضمان أفضل علاقة إيجابية ببناء ومؤثرة في الإدارة المنتخبة، ومن أجل توجيه تلك الإدارة نحو برامج تصب في خدمة جمهور الشعب المصوّت، لا بد أن يشارك أوسع جمهور في عملية التصويت من جهة وأن تتم عملية الاختيار والانتخاب على وفق معايير دقيقة وقراءة متمعنة في طبيعة ممثلي الإدارة المنتخبة وفي توجيهاتهم وبرامجهم من جهة أخرى.

كما أن المشاركة في الانتخابات النيابية تعد واجباً وطنياً واستحقاقاً دستورياً، يتطلب مشاركة الجميع، وتأكيداً على الالتزام بالمنهج الديمقراطي والحرص على إتاحة المجال للمشاركة الشعبية في صنع القرار.

كما أن للمشاركة الانتخابية أهمية كبيرة كبرى في تعزيز الديمقراطية، والنهوض بالأوطان في كافة الميادين يعمل أيضاً على رفع نسبة المشاركة الانتخابية لإدراك الناخب بأهمية صوته في تغيير مصير الشعب، ووضع الوطن في الاتجاه كما ان المشاركة السياسية لا تتبع من مجرد رغبة الناخب في ممارسة حقه الانتخابي، وإنما تتبع من الصحيح.

وجود وعي سياسي واجتماعي يتشكل تدريجياً داخل المجتمع. وان الانتخاب يعد أحد مظاهر المشاركة السياسية في النظم الديمقراطية إلا انه كفعل لا يكفي وحده لتحقيق الديمقراطية، والتي يتطلب الوصول إليها تحقيق مصفوفة من الشروط المؤسساتية والقانونية والثقافية والسياسية من النظم التي يتمتع أفرادها بحق الانتخاب.

إذا المشاركة الانتخابية تعني أن المواطن يدرك أهمية دوره والتزامه اتجاه العملية الانتخابية، وانه يعرف كيف يختار المرشح صاحب البرنامج الانتخابي الأجدى له، ويحدد أولوياته وفقاً لطموحاته ورؤيته الخاصة، وهو الأمر الذي حرص عليه معهد البحرين للتنمية السياسية في وضعه وصياغته وتنفيذه لبرامجه التدريبية والتوعوية التي يقوم بها، خصوصاً وان المشاركة الانتخابية تعني شعور الناخب والمرشح بالمسؤولية تجاه الأفراد وتجاه المجتمع وتجاه الوطن كله.¹

¹ياسر رزق، مرجع سبق ذكره، ص.2.

المطلب الرابع: أنواع المشاركة الانتخابية.

تعتبر المشاركة الانتخابية عملية إرادية واعية ومستمرة ومتراكمة وإن كانت موسمية، فمن خلالها يمكن الانتقاء أو الاختيار أو الاقتراع على من يمثلون الشعب وينوبون عنهم وهي تمثل شكل من أشكال الممارسة السياسية.

و يمكن أن نفرق بين نوعين من المشاركة الانتخابية.

أولاً: المشاركة الانتخابية المستقلة.

ويسود هذا النوع في الدول المتقدمة سياسياً حيث يُمنح المنتخب امكانية ممارسة دوره الانتخابي دون استثناء أو تفضيل أو تمييز مايمكنه من القدرة على الاختيار بين بدائل متعددة ومتاحة بموضوعية، حيث يكفل المناخ السياسي السائد مجال مناسب من المنافسة في إطار ديمقراطي.¹

ثانياً: المشاركة الانتخابية التأييدية:

وهي تلك المشاركة الانتخابية التي تتمثل في نشاط وقتي مقصود يستهدف تركيز الإهتمام على تعبئة وحشد الشباب لدعم ومساندة نوعية معينة من الموضوعات أو القرارات أو المرشحين وهذا النوع يآثر على مردود العملية الانتخابية ويوجهه صوب فئة أو جماعة معينة ويمثل هذا مسبقاً من قبل جماعة أو فئة أو نخبة معينة في المجتمع.

ولهذا النوع خصوصية فهو لا يتأثر بعوامل مثل نوعية التعليم والحالة الاجتماعية والمكانة وغيرها من العوامل التي تؤثر في المشاركة المستقلة ولكنه يعتمد على الروابط العرقية أو الدينية وغيرها من العوامل التي تسود في العالم النامي.²

¹ محمد صالح أحمد فاروق، استخدام جماعة المهام في تنشيط اتجاهات اعضاء مراكز الشباب نحو المشاركة الانتخابية ،

مجلة علم النفس المعاصر والعلوم الانسانية، المجلد 12 الجزء الثالث، العدد 5، بتاريخ يوليو 2001، القاهرة: ص.1.

² محمد صالح أحمد فاروق، المرجع نفسه، ص.2.

**الفصل الثاني: تأثير الاتصال السياسي على
المشاركة الانتخابية في الجزائر 2014/2017**

يشهد العالم اليوم ثورة اتصالية يمكن وصفها بالانفجار الاتصالي، لما تضمنه من تدفق في المعلومات جعلت الإنسان العادي يعجز عن متابعة تطوراتها وقد صاحب ذلك تطوراً سلوكياً في التعامل مع هذا الواقع الجديد، فأصبحت عمليات الاتصال تنشط في جميع المجالات تدريجياً حتى دخلت في المجال السياسي وأصبح ما يعرف بالاتصال السياسي فشملت تغطيته في كل الأمكنة والأزمنة خاصة أثناء الانتخابات، حيث يحاول المرشح جاهد لكسب أصوات الناخبين، من خلال استخدام كل آليات الاتصال السياسي في الانتخابات لاسيما الرئاسية والتشريعية لمضاعفة المشاركة الانتخابية.

وسوف نعالج في هذا الفصل التطبيقي تأثير الاتصال السياسي على المشاركة الانتخابية الجزائرية 2014/2018، حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول تطرقنا فيه إلى طبيعة الاتصال السياسي في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014 وتأثيره على المشاركة السياسية، حيث قسمناه إلى أربع مطالب فشملت الحملات الانتخابية كآلية للاتصال السياسي و طبيعة الخطاب السياسي والبرامج الانتخابية، إضافة إلى دور وسائل الاتصال في الترويج لبرامج المرشحين.

في حين أن المبحث الثاني اختص بالاتصال السياسي في الحملات الانتخابية التشريعية 2017 فعالج دور الاعلام في إدارة الانتخابات التشريعية والظروف البيئية للانتخابات التشريعية، وأيضا الاطار القانوني للانتخابات التشريعية ، وكذلك قراءة في نتائج الانتخابات التشريعية.

المبحث الأول: آليات الإتصال السياسي في الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2014 وتأثيره على المشاركة الانتخابية .

سنحاول في هذا المطالب إبراز تأثير الإتصال السياسي على المشاركة الانتخابية، من خلال التأكد ما أن كان بإستطاعة آليات الاتصال السياسي التحكم في نسب المشاركة الانتخابية، باعتبار أن للاتصال السياسي له آليات ووسائل تقوم عليها الاحزاب سواء خلال فترة الحملات الانتخابية أو بصفة دائمة، ثم نتطرق إلى تأثير الاتصال السياسي في الانتخابات التشريعية.

المطلب الأول: الحملات الانتخابية لرئاسيات 2014 كعملية للإتصال السياسي.

شهدت الجزائر تطور ملحوظ لاسيما الحملات الانتخابية كعملية سياسية وكأسلوب من أساليب الإتصال السياسي الا إنها لم تغير إلى الايجابية المطلوبة مقارنة بما تحققه في الدول الغربية (الحملة الانتخابية لباراك أوباما). فحسب الدراسات التحليلية التي قامت بها بعض المؤسسات الإعلامية لمواقع المرشحين في الانتخابات الرئاسية الجزائرية يوم 09 أفريل 2009.¹

إن الإتصال السياسي والحملة الانتخابية دراسة هامة ومفيدة نتناول بالتفصيل المفاهيم المرتبطة بالعملية الانتخابية، وركزت على الإتصال السياسي وأهميته في رفع الوعي بالنسبة للناخبين وتصويرهم لممارسة حقوقهم من خلال اختيار الفاعل لممثليهم في السلطة، كما أبرزت دور الإعلام في طرح القضايا السياسية وتخطيط استراتيجي للإتصال والدعاية باعتبارها أهم عنصر لإنجاح العملية الانتخابية في ظل القانون الانتخابي الذي بموجبه تجرى الإنتخابات في 17 أفريل 2014 والتي ترشح فيها السيد "عبد العزيز بوتفليقة" للعهد الرابع إلى جانب منافسه السيد "علي بن فليس" وأوجه جديدة مثل "بالعيد عبد العزيز" بالإضافة إلى المعتادون في القائمة الانتخابية مثل "لويزة حنون"، "فوزي رباين"، و"عمار تواتي"، حيث شهدت حملات هؤلاء على

¹ رباب عياش، استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي (فيسبوك) في التسويق السياسي بالجزائر، دراسة الحملة الانتخابية

10 ماي 2012 نموذجاً، المدرسة الوطنية العليا: مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012/2013، ص.44

غزار باقي الحملات الأخرى السابقة اسلوباً مميزاً بالإضافة إلى الجو المشحون والتنافس على المنصب السياسي،¹ حيث اقبل السياسيين فيها على استعمال مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية لتنشيط حملاتهم واعتبروها منبراً وعاملاً أساسياً للفوز فقد أصبحت تشكل رهانا بالنسبة للمرشحين خاصة ممن يفنقرون قاعدة شعبية، كون تنوع هذه الأساليب والوسائل يحظى بعدد من المميزات أهمها انها تكتسب اللآلاف من الشباب يومياً لذا تم التركيز على هذه الفئة التي تعد غائبة عن الساحة السياسية تماماً بالعودة إلى الرئاسيات 2004 و 2009 التي شهدت عزوف الكثير منهم على المشاركة الانتخابية والإدلاء بالواجب الوطني وذلك لإيصال رسائلهم السياسية والتفتح على برامج المنتخبين²

وبخصوص مآثره الجزائرية في هذا السياق، نكاد نجزم بان عملية الاتصال السياسي كمضمون قد تمت بصورة مكتملة كما هو الحال بالنسبة للحملة الانتخابية حيث حدث تواصل بين طرفي المعادلة الاتصالية: المرشح أو من يمثله من جهة والجمهور من جهة أخرى، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ولكن ما تم رصده من خلال الشواهد الواقعية ان الاتصال قد كان منقوصاً من التفاعل الحماسي اللذي يفترض أن يقوم عليه.³

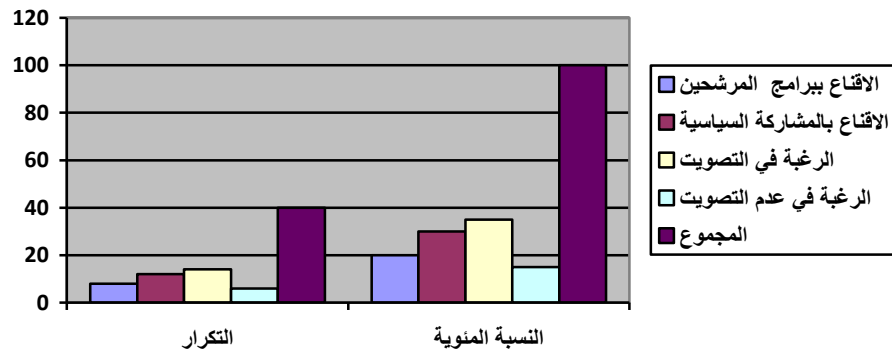
¹ معاوية شيماء، مرجع سبق ذكره، ص.102

² معاوية شيماء، دور الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2013/2014، ص.106

³ طفاني زكرياء، المعالجة الصحفية الموضوعية الانتخابات الرئاسية 2014، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة خميس مليانة، 2013/2014، ص.61

الجدول 01: جدول يوضح طبيعة التأثيرات للحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أبريل 2014.

النسبة %	التكرار	البيانات
20	08	الإقناع ببرامج المرشحين
30	12	الإقناع بالمشاركة السياسية
35	14	الرغبة في التصويت
15	06	الرغبة في عدم التصويت
100	40	المجموع



الشكل 01: اعمدة بيانية توضح طبيعة التأثيرات للحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أبريل

.2014

تعليق على الجدول رقم 01:

جاء الجدول التالي موضحا أهم التأثيرات التي يمكن أن تحققها أو تحدثها الحملة الانتخابية عند الطالب الجامعي ويتبين هذا الاختلاف باختلاف المفاهيم المرتبطة بالحملة وتبعاً للمتغيرات الموجودة اعلاه حيث جاءت نتائج هذا الجدول كمايلي توضح دور الحملة والذي يتمثل في التأثير وذلك بالرغبة في التصويت التي تفوق النسب الأخرى ب 35% يليه الإقناع بالمشاركة السياسية بنسبة 30% كما وجاء الإقناع ببرامج المرشحين حسب الجدول

التالي بنسبة تتمثل في 20% إلى جانب توجهات الطلبة في الرغبة في عدم التصويت من خلال هاته الحملة بنتيجة تمثلت ب 15%.

المطلب الثاني: طبيعة البرامج الانتخابية والخطاب السياسي.

في البداية لابد أن نشير إلى أن الاتصال السياسي كمفهوم يلتقي في علاقة ثلاثية مابين السياسيين من لهم حق الشرعية في التعبير، ومابين الصحفيون والرأي العام أي التفاعل بين هاته الأطراف وهو ما يخلق ما يسمى بالاتصال السياسي.

لابد من الاعتراف في البداية ان التجربة السياسية في الجزائر هي تجربة فنية ولتزال أيضا في صدد البناء في ظل السياسات المغلقة وإن صح التعبير أي لم تنتفس بعد الانفتاح على كافة الاصعدة وخاصة على الصعيد السياسي مايرجح للقول عدم الاهتمام السياسي وضعف البرامج الانتخابية والخطابات السياسية وبالتالي نقص المشاركة الانتخابية.¹

*طبيعة البرامج الانتخابية:

تعرف البرامج الانتخابية على أنها عهد يقطعه الحزب على نفسه وتعاقد بين الناخب والمنتخب يوضح الالتزامات وكيفية الوفاء بها وهو بمثابة دفتر حملات يلزم المنتخب بوعوده المسطرة في برنامجه، أو عبارة عن خطة عمل يضعها المرشح لمنصب ما ليوضح من خلاله الأهداف والمشاريع التي يسعى لإنجازها أثناء فترة توليه المنصب.

تظهر أهمية البرنامج الانتخابية من خلال:

- 1- يعطي للمترشح صورة واضحة عن الاحتياجات الاساسية لأهل الدائرة.
- 2- تحدد للمترشح خارطة الطريق وهو عبارة عن خطة وعن تنسيق أولويات العمل.
- 3- تساعد في تسويق المترشح .
- 4- تعطي صورة ايجابية للمرشح.
- 5- توضح الفرق بينك وبين منافسك.

*طبيعة الخطاب السياسي:

¹شيماء معاوية، مرجع سبق ذكره، ص.112

ان الخطاب السياسي هو مجموعة من المخرجات وهي احدى وسائل الاتصال السياسي التي تمثل اتصالا نازلا من الحاكم إلى المحكوم ولا يقتصر على الحكام بل على جميع رجال السياسة الذين يطورون استراتيجيات الإقناع.

وهناك وظائف هامة للغة السياسية يمكن أن تصنف تحت خمسة عناوين رئيسية هي:

1. **نشر المعلومة** : إن أكثر وظائف اللغة السياسية وضوحا هي وظيفة نشر المعلومات عن الأوضاع أو الشخصيات السياسية: فالسياسيون يزودون دائما المهتمين بالسياسة والجمهور بتقارير ومعلومات رسمية أو غير رسمية عن أنشطتهم، والمتابع التي يواجهونها جراء تلك الأنشطة.¹

2. **ترتيب الأولويات**: ويعني ترتيب الأولويات التفاعل مع ما يختاره السياسيون من موضوعات للنقاش: فهذه الموضوعات المختارة لديها فرصة جيدة لتكون في مركز اهتمام الناخب أثناء الحملة الانتخابية، ويساعدها في ذلك تغطيتها تغطية إعلامية مناسبة من قبل وسائل الإعلام، ويتعلق ذلك بأهمية وشخصية المتحدث: فهناك أمور هامة جداً تبقى في الظل، حتى تأتي شخصية سياسية موهبة تخرجها للضوء بالحديث عنها.²

3. **التفسير والربط**: بالإضافة إلى قدرة السياسيين في جذب الانتباه إلى الأشخاص أو القضايا أو الأحداث فإن السياسيين يمكنهم أن يفسروا المشهد السياسي، من خلال توضيح أهمية الأحداث وتحديد أسبابها وعلاقتها بالأحداث الأخرى، ويصدروا أحكاماً على بعض الأوضاع.

4. **قراءة الماضي والتنبؤ بالمستقبل**: هو وظيفة رئيسة للغة السياسية: فالماضي الذي لم نعد نراه إلا في أجسام التماثيل يمكن إحيائه بالكلمات التي قد تكون صادقة أو غير صادقة في عملية استرجاع ما حصل في الماضي، وهذا ينطبق أيضاً على المستقبل، حيث الصور الكلامية عن المستقبل فيها الكثير أو القليل من الحقيقة.³

¹ آل سعود سعد، مرجع سبق ذكره، ص.40

² آل سعود سعد، المرجع نفسه، ص.84

³ آل سعود سعد، مرجع سبق ذكره، ص.84

ونجد السياسيون يتنبؤون بالتطور المستقبلي بشكل يظن معه أن ليس هناك مشكلات سوف تعترض طريقهم، وبخاصة أنه لا يوجد هناك متسع لاختبار الحقائق والتنبؤات أثناء عملية التنبؤ.

5. استشارة الفعل والقرار: يعد الربط بين التنبؤ اللفظي والسلوك أحد النماذج العديدة لاستخدام اللغة لتوجيه الأنشطة، والكلمات لها دور في السلوك وتكوين الأمزجة فالأمل أو الخوف أو الكره أو الإلتناء، أمزجة ضرورية خصوصاً في حالات الكوارث: فعندما تحدث كارثة فإن على السياسيين تهدئة الشعب، وإعادة روح الأمل والتفاؤل، وحالات الثقة مهمة حتى في الأحوال العادية للحفاظ على الاستقرار الاقتصادي: فالسوق المالي يصعد مع الآمال ويهبط مع الخوف.

وقد يحيط بالخطاب السياسي نوع من القداسة من خلال الكلمات والمفاهيم والمصطلحات، كما يحدث غالباً في الخطاب العربي بحيث يُغلف بشكل من الطقوس الدينية أو الاجتماعية أو السياسية، التي تحولها إلى قيود أو معوقات للإدراك والحكم على الأشياء والعلاقات.¹

لهذا نجد الخطاب السياسي الفعال يتمتع بقوة استراتيجية تمكن القائد من إيصال الأفكار التي يؤمن بيها إلى أذهان الجماهير وجعلهم يؤمنون بها ويسعون إلى تطبيقها حيث أن الأخبار السياسية التي تتمثل في أقوال وأفعال الساسة نجدها في الخطاب شرحاً ووصفاً وتحليلاً وهذا الخطاب يقوم بنقلها للمتلقي لكي يخبره وتختلف قوة التأثير في الجماهير وذلك على حسب مدى قدرة الجماهير وفاعلية القيادات السياسية على صياغة الأهداف والقرارات بشكل مقبول إلى عقول الناس وضمن جمل مؤثرة.

ولقد اثبتت الدراسات أننا في أكثر الأوقات نحتاج للإهتمام باللغة السياسية أثناء الحملات الانتخابية، حيث يجدر بالقائم على الحملة الانتخابية أن يجيد فن التواصل ومخاطبة الناس، وأن يكون قادراً على إنتاج الكلام الصحيح والعقلاني والمؤثر (أي يكون منطقياً وبلغياً).

¹ ال سعود سعد، المرجع نفسه، ص. 85

فلكل رسالة سياسية يبعث بها المرشح أو المتكلم السياسي هي عبارة عن بنيات لغوية ذات أساليب بلاغية اقناعية متنوعة، ولذا غالباً ما تم ارجاع هذه الخطابات من قبل مستشارين وتعاد صياغتها مرات عديدة، لتحدث الأثر المطلوب في جمهور الناخبين، وتغيير آرائهم وتوجهاتهم بما يتناسب مع أفكار المرشح.¹

ويجب أن تتميز الخطب السياسية بجملة من السمات، التي يجب أن يتحلى بها المترشح ليتمكن من إرسال رسالته السياسية بصورة واضحة إلى الناخبين، ومن أهمها:

1- الأسلوب الواضح والتركيب البسيط.

2- مخاطبة عقل الجمهور وذوقه اللغوي للتعبير.

3- القدرة على الارتجال والاستشهاد بالأمثلة والحكم، بحيث يكون المتكلم السياسي لبقاً ومنطقياً في لغته السياسية ليتمكن من إيصال رسالته إلى جمهور الناخبين.

ويجب الإشارة إلى أن لغة المخاطبة تختلف من مجتمع إلى آخر، تبعاً لإطاره الثقافي والاجتماعي، فكل مجتمع له خصوصيته التاريخية والثقافية، ومخاطبة مجتمع عربي أثناء الحملة الانتخابية تقتضي مراعاة خصوصية معينة في اللغة السياسية، قد لا تكون في مخاطبة جمهور غربي.²

ولو يستعمل تصفية لخطابات المرشحين للرئاسيات 2014 طيلة الحملة الانتخابية لم يوجد فيها منافسة حقيقية بينهم، حيث تفتقد للمواجهة المباشرة بين المرشحين، وتبقى معظم الشعارات وطنية ثورية.

المطلب الثالث: دور وسائل الإعلام في الإتصال السياسي وأثره على الرأي العام.

أصبحت وسائل الاعلام عبارة على منظومة متكاملة، تساعد بشكل أو بآخر للحصول على البيانات والأخبار، من طرف الأفراد والجماعات المحيطة بهم، ويرجع ذلك إلى الدور الذي

¹ منصورى فاطمة الزهرة، مرجع سبق ذكره، ص.45

² منصورى فاطمة الزهرة، المرجع نفسه، ص.46

تقوم به إذ تقوم بتقليص الأمكنة والأزمنة، وتقرب بين مختلف وجهات النظر خاصة بعد التكنولوجيا والتطور الكبير الذي طرأ عليها.

تعريف الاعلام:

قبل أن ندخل في تعريفنا لوسائل الإعلام تجدر بنا الإشارة إلى معرفة المقصود بالإعلام.

فالإعلام: هو نشر الأخبار والوقائع والمعلومات لكافة أفراد المجتمع حيث يرى الدكتور عبد اللطيف حمزة أن الإعلام هو (تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة بينما يرى الباحث الألماني "أيجورته" (ATEJORTE): بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها).¹

تعريف الاعلام السياسي:

إن ارتباط الاعلام بالسياسة ليس جديداً ومسؤولية الإعلام في المجال السياسي ليس وليذا العصر، وهناك العديد من التعاريف حول الإعلام السياسي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

الإعلام السياسي هو أحد فروع الإعلام الذي يعني بأنماط الاتصال السياسي ويؤدي إلى وظيفة سياسية للقائمين عليه سواء كان على المستوى الوطني أو الدولي،² وتقتصر أهدافه ودوافعه على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل وسلوكيات الآخرين فيؤثر ويتأثر بالسياسة في علاقة تجاذب في إطار البيئة والظروف القائمة.

¹ فارس جميل أبو خليل ، وسائل الإعلام بين الكتب وحرية التعبير، عمان: دار أسامة لنشر والتوزيع، 2011م، ص.12-

² فارس جميل أبو خليل، المرجع نفسه، ص.21

وكذلك يعرف الإعلام السياسي بأنه المضمون لوسائل الإعلام الذي له أثر، ويقصد أن يكون لهذا المضمون أثر في توزيع أو استخدام السلطة في المجتمع.¹

تعريف وسائل الإعلام:

أما وسائل الإعلام فهي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل .

وهناك من يستعمل مفهوم "وسيلة الإعلام" بمعنى مزدوج يشمل في آن واحد نظام المعاني أو الرموز الذي يسمح بفهم الرسائل والأجهزة التقنية التي تسمح بـ "بث الرسائل" (إرسالها واستقبالها). وكما هو معروف، فإن الفهم والبث شيئان مختلفان.

تتميز وسائل الإعلام بجملة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يأتي:

1. وسائل الإعلام غالباً ما تكون ذات اتجاه واحد، فكلما يكون لنا طريق سهل أو سريع

المشاهدة حتى يرد أو يسأل عما يدور في ذهنه من أسئلة.

2. وسائل الإعلام تتضمن قسطاً كبيراً لاختيار، حيث تختار الجمهور مخاطبه وترغب في التأثير فيه.

3. لوسائل الإعلام القدرة على تغطية مساحات كبيرة واسعة ومخاطبة فئة واسعة من الأفراد.

4. وسائل الإعلام هي مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل القارئ بينها وبين المجتمع.

5. تسعى وسائل الإعلام إلى جذب أكبر عدد ممكن من الناس من خلال تغطية افتراضية يتجمع من حولها أكبر عدد من الجماهير.

أهداف وسائل الإعلام : تهدف وسائل الإعلام إلى أهداف عديدة أهمها:

¹ M sehudson, **political communication** : history internatio of communication, vol 13 New York: Oxford university nalencyclopedia press, 1989.p304

1. خدمة الناس عن طريق الدعاية والإعلان وذلك لتوصيل أكبر قدرة من المعلومات والحقائق وذلك لإتاحة الفرصة بين الأفراد الناخبين والحكام لضمان التعبير عن آرائهم وأفكارهم وإيصال لسلطات.¹

2. المحافظة عن النظام السياسي السائد في المجتمع وتبني مخططه والدفاع عنه.

أنواع وسائل الإعلام ودورها في الاتصال السياسي بالرأي العام: تتنوع وسائل الإعلام وتنقسم إلى قسمين هي:

كما هو متعارف عليه فإن القيام بالحملة الانتخابية يستوجب على المرشح استخدام مجموعة من الوسائل بغية إيصال صوته وبرنامج الانتخابي، الذي يرمي تحقيقها إلى جمهور الناخبين والعمل على إقناعهم بضرورة التصويت له دون غيره، كما أن وسائل الدعاية الانتخابية تختلف ممارستها حسب نوع الانتخاب، فالانتخابات الرئاسية مثلاً تعتمد على وسائل الإعلام من إذاعة وتلفزيون وصحف بصفة أساسية، أما الانتخابات المحلية فهي تعتمد بصورة أكثر على الاجتماعات الانتخابية وعقد الندوات والالتقاء مع الناخبين في المقاهي والشوارع وأيضاً الاعتماد على الصحف المحلية التي توزع في الولايات، وعليه يمكن تصنيف هاته الوسائل إلى قسمين رئيسيين هما الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة.²

1. الوسائل التقليدية:

أ. التجمعات الانتخابية: التجمعات هي الحدث السياسي الأهم أثناء الحملة الانتخابية، ففيها يظهر المرشح بين عدد كبير من الحاضرين الذي يكشف مدى التأييد الذي يحظى به، وهو ما يمنح الناخب إحساساً قوياً بالرضا والذي يدعم كفاءة السياسي تبعاً لذلك، حيث ينص قانون الانتخابات في الجزائر في مادته 192 على أن "تنظم التجمعات والاجتماعات الانتخابية وفق

¹ دليو فضيل، تاريخ وسائل الاتصال، الجزائر: دار المعرفة لنشر والتوزيع، 2006، ص. 23.

² دليو فضيل، المرجع نفسه، ص. 36.

قانون التجمعات والتظاهرات العمومية".¹ ولكن الحملات الانتخابية في الجزائر مازالت لم ترق إلى استخدام أدبيات التسويق السياسي في إدارة الحملات الانتخابية، والملفت للانتباه أن قيادات الأحزاب السياسية لم تستطع بكل الجهود المبذولة والإمكانات المتاحة أن تجلب انتباه المواطنين وملء قاعات ومراكز وساحات التجمع في الحملة الانتخابية كما هو الحال في قسنطينة أثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 10 ماي 2012، حيث لم تستطع الأحزاب ملء قاعة المركز الثقافي بابن باديس ووصل الأمر في بعض الولايات إلى الاستعانة بأطفال المدارس والثانويات لملء قاعات التجمعات.²

ب. المطبوعات الانتخابية: المطبوعات هي من أهم الوسائل التي يتم فيها الاتصال بين المرشح والناخبين عن بعد ودون لقاء مباشر بينهم، وتشمل هذه الوسائل أدوات تقليدية مثل المنشورات، والملصقات، واللافتات الإشهارية.³ حيث أصبحت الشعارات الكتابية أو الشعار الذي يكون عبارة عن صورة أو لون من أهم الدعائم التي تعتمد عليها الحملات الانتخابية من أجل التأثير بشكل سريع في الناخبين، وخاصة عندما تكون فرص النجاح في الانتخابات متقاربة، وهو ما كان في الحملة الانتخابية الرئاسية الجزائرية في 17 أفريل 2014 ونأخذ على ذلك الحملة الانتخابية للمرشح الحر "عبد العزيز بوتفليقة" الملصق الإعلاني له بما فيه شعار الحملة الذي يتمثل في "تعاهدنا مع الجزائر" وإلى جانب ذلك مجموعة من الشعارات التوعيمية التي تهدف إلى إشراك المواطنين في التصويت لصالحه.⁴

ج. الصحافة المكتوبة: للصحافة المكتوبة تأثير إعلامي كبير في مجال الدعاية الانتخابية، فهي التي تقدم الرؤى والصور الحية للواقع والقضايا التي تهم المجتمع وقد يقوم المرشح بنشر

¹ جعفري عبد الله، التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية في الجزائر دراسة حالة الانتخابات التشريعية 10 ماي 2012، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2013/2014، ص. 120.

² عباس فكرون، الإشاعة والفضف والضرب تحت الحزام وقود التنافس بين المترشحين، جريدة الخبر اليومي، العدد، 6703، بتاريخ 03 ماي 2012، ص. 03.

³ بن صغير زكرياء، دليل الحملات الانتخابية في الجزائر، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، (ب.ط)، 2012، ص. 72.

⁴ معاوية شيماء، مرجع سبق ذكره، ص. 45.

مطبوعات صغيرة الحجم تحمل برنامجه الانتخابي، وهو الامر الذي قام به المرشح عبد العزيز بوتفليقة في رئاسيات 2009، حيث تم طبع كتيب يحمل برنامج المرشح وتم توزيعه على مجموعة الناخبين.¹

د. وسائل السمعي البصري: إن هذا المستوى من الاتصال السياسي قد بدأ في الستينات من القرن الماضي عندما استخدم التلفزيون أثناء الحملات الانتخابية للرئيس "جون كينيدي". وعرفت استخدامها المكثف في الحملات الجزائرية حتى بعد ظهور الوسائل المتطورة الحديثة.²

2. الوسائل الحديثة:

أ. استعمال الهاتف المحمول:

يعد الهاتف النقال من أكثر الوسائل التي يستخدمها المرشحون للاتصال السياسية بين الناخبين والمسؤولين وهو وسيلة للاتصال الشخصي.

ب. الإنترنت:

الإنترنت وسيلة مستحدثة في الحملة الانتخابية، تتميز عن غيرها بأن الجمهور المتلقي هم الشباب بالأساس، وهكذا قد تكون هذه الوسيلة غاية في الأهمية للتواصل مع الشباب، وفي اختراق عقولهم والتأثير فيهم، بل وفي تغيير النظرة السائدة لدى معظمهم بكون المرشح (رجلا/سيدة) هو شخص تقليدي لا يملك القدرة على التواصل بلغة العصر.³ ومن بين الصور الأخرى كذلك لاستخدام شبكة الإنترنت في الحملة الانتخابية، استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، التويتر، ويوتيوب.⁴

تعريف الراي العام:

اختلف المؤلفون والباحثون في مجال علم الاجتماع السياسي فيما بينهم حول تعريف الراي العام وفي ابراز أهم خصائصه ومقوماته إلى حد وجود اتجاهين اثنين في هذا الموضوع،

¹ جعفري عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص.125

² عزيزي رشيدة، قطيش علي، دور وسائل الاعلام والاتصال في الحملات الانتخابية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس

في العلوم السياسية، 2016/2015، جامعة ادرا: ص.25

³ بن صغير زكرياء، مرجع سبق ذكره، ص.71

⁴ معاوية شيما، مرجع سبق ذكره، ص.98

حيث يذهب أنصار الاتجاه الأول إلى التأكيد على وجود الرأي العام كحقيقة ذات كيان واستقلال ذاتي، بينما يرى أنصار الاتجاه الثاني إلى إنكار وجود الرأي العام إنكار تاماً.¹ فالرأي العام يعتبر تعبيراً عن وجهة نظر الأغلبية بعد تفكير عميق واستعراض لكل الآراء المتضاربة، والاستماع إلى تبريرات كل حدا، فالرأي العام يكون وجهة نظر تجاه كل قضية على حدا وقد تختلف وجهات النظر من قضية إلى أخرى تبعاً لظروف الشعب وثقافته.

دور الاعلام السياسي في توجيه الرأي العام:

تعتبر وسائل الإعلام المختلفة من العوامل الأساسية في تشكيل الرأي العام وتوجيهه وبذلك فهي تؤثر وتتأثر بكل من الجماهير والرأي العام والنخب السياسية، فوسائل الإعلام تقوم بتحديد برنامج من الأفكار والمواضيع الساخنة التي تشغل الجماهير، وذلك بما يتوافق مع توجهات النخب الحاكمة.²

تقوم وسائل الإعلام بتوفير قاعدة واسعة من المعلومات التي تعبر عن توجهات الرأي العام للنخب الحاكمة وآرائهم فصانعو القرار والزعماء السياسيون يعتبرون وسائل الإعلام تطلب الأمر ذلك. الذي يتوافق مع الطبيعة الثقافية للمجتمع وبلورة اتجاهاته وقيمه ومعارفه السياسية وتحديد وجهة تفكيره.³

إضافة إلى ذلك فهي تعمل على تعميق الإقناع لدى الأفراد بضرورة المشاركة في العملية السياسية وتساعدهم على اتخاذ القرارات السليمة.

ويكفينا أن نبرر مؤثرات الإعلام على الرأي العام من خلال قيامه ب :

1.بعث الاستقرار: فالإعلام يعمل على الحفاظ على الوضع القائم وإبقائه على حاله ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإعلاميين يتأثرون بالأفكار السائدة في المجتمع.

2.تغيير الرأي: باستطاعة الإعلام تغيير آراء الجمهور باختيار نوع الاخبار التي يعرضها.

¹ال سعود سعد ، مرجع سبق ذكره، ص.75

²معاوية شيماء، مرجع سبق ذكره، ص.120

³منصوري فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص.53

3. تحديد الأولويات: إبراز موضوعات وتجاهل موضوعات أخرى وتضخيم أحداث أو تهوين أخرى.

4. تحديد الخيارات المطروحة: فوسائل الإعلام تختار ماتراه مناسباً للجمهور، وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها.

5. الترفيع والإعلاء: إبراز نخبة وإعلاء شأنها وتحقيق الشهرة لهم وبذلك تعريفهم للرأي العام.¹ ويجب الإشارة إلى أن دور وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام بهدف المشاركة الانتخابية يتوقف على جمل من العوامل هي كالتالي:

أ. مدى الوجود الفعلي لذلك الوسائل في المسرح السياسي، ومدى قدرتها على الوصول إلى

الجماهير المستهدفة لا يمكننا التنبؤ بدور وسيلة إعلامية لا تصل أساساً إلى الجمهور.

ب. مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات: الأمر الذي يعكس ثقة الجمهور في تلك الوسائل.

ج. مدى التكامل بين الوسائل في المجتمع حيث أن من الأمور التي تقل من تأثير وسائل الإعلام في عملية المشاركة السياسية بصفة عامة .

د. ملائمة الظروف الاجتماعية والثقافية في المجتمع لخلق مناخ مساعد على المشاركة في العملية السياسية، فالإعلام هو جزء من منظومة المجتمع يتأثر بالتنبؤ.²

هـ. نجاح وسائل الإعلام في دفع المشاركة والتأثير على الرأي العام لا يحدث إلا من خلال خلق حوافز للجمهور وحملات إعلامية لإقناع الأفراد بأهمية دوره في المجتمع.

و. على وسائل الاعلام أن تتخذ موقفاً حيادياً اتجاه الأحداث بكل موضوعية ومنطقية .

ومنه يمكن القول أن لوسائل الإعلام دوراً هاماً في توجيه الرأي العام وإحداث مشاركة

سياسية فعالة وتحويل الأغلبية الصامتة إلى أغلبية فاعلة وذلك من خلال المساهمة في زيادة

الوعي السياسي للأفراد وإقناعهم بضرورة المشاركة في العملية السياسية، حيث تكون هذه الوسائل

¹ منصورى فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص. 55

² المرجع نفسه، ص. 56

الوسيط بين النخب الحاكمة والجماهير إضافة إلى قدرة الإعلام على الإرتقاء بالرأي العام من خلاله تنفيذ أهدافه ووظائفه بصورة موضوعية تخدم المجتمع ككل.¹

المطلب الرابع: معوقات المشاركة الانتخابية من خلال ضعف الاتصال السياسي.

لقد تعددت المقاربات السياسية التي حاول من خلالها الباحثون في الجزائر أو المهتمون بالشأن السياسي الجزائري، تحديد العوامل التي تؤدي إلى عزوف الهيئة الناخبة عن أداء واجبها الانتخابي وبالتالي ضعف المشاركة الانتخابية.

أ. المعوقات السياسية:

تنشيط الأحزاب السياسية في الجزائر فقط في مناسبة الانتخابات، فهي أحزاب مناسبتية يهدف من خلالها الوصول إلى مراكز سياسية بهدف تحقيق أغراض شخصية وليس لتمثيل القاعدة الشعبية التي انتخبتهما، مما أفقد ثقة الشعب في هذه الأحزاب ونفس الملاحظات تقال عن باقي منظمات المجتمع المدني فهناك من حللها من زاوية الاستبداد التسلطي الذي تمارسه النخب الحاكمة عند اتخاذ القرارات المصيرية، ما يجعل مشاركة المواطنين فيها لا تعدوا ان تكون امراً شكلياً مصيرياً،² كما وصفها الباحث "طارق عاشور" بقوله: (إذ تتصف المشاركة السياسية في الجزائر بالشكلية والموسمية وعدم الفاعلية، ذلك ان القرارات السياسية عادة ما تحسمها النخب الحاكمة، وتترك للجماهير مهمة إضفاء الشرعية الصورية عليها، من خلال إنتخابات معلومة النتائج سلفاً، إذ يستأثر حزب الحكومة عادة بكل الضمانات الكفيلة بتحقيق النسب المطلوبة في الانتخابات ويقوم بممارسة الضغوط على الناخبين).

وارجعها بعض الباحثين إلى غياب فاعلية الأحزاب السياسية التي وصفوها بالجماعات الضاغطة التي تفتقد إلى مشاريع سياسية بديلة، فيكون نشاطها محكوماً بالموسمية والظرفية، ما يجعلها عاجزة عن تفعيل الحياة السياسية، وإقناع المواطنين بالإقتراع "إن الأحزاب السياسية في

¹ منصورى فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص.56

² قعير فاطنة، الثقافة السياسية وإنعكاسها على السلوك الانتخابي في الجزائر (1999/2014)، مذكرة لنيل شهادة الماستر،

الجزائر، غير مصممة بصفقتها بتنظيمات مستقلة، تحمل رؤى خاصة بالمصلحة العامة، والأصح أنها أجهزة للدولة تعمل على ضمان الوظائف المستقرة وشرعن عمل الإدارة أمام الرأي العام".

الإرادة السياسية للنخب الراضة للتداول على السلطة، حيث تعترف بالانتخابات ويشكل دوري وهذا تماشى مع وجهة تحول ديمقراطي العالمي وإرضاء الجهات الغربية، ولكن استمرارية بقائهم في السلطة وذلك بحسم النتائج مسبقاً، مما جعل الناخب يتمتع عن الانتخاب لاعتياده عن وجوه دائمة في ترشحها في الانتخابات.

إضافة لإنعدام الثقة بين المواطنين والحكام نتيجة عدم احترام السلطة الحاكمة لوعودها فيما يخص بحل أمور ومشاكل المواطنين، وعدم تمثل إرادة الناخبين، فقد فقدت العملية الانتخابية مصدقها لدى الشعب وترسخت فكرة أن الانتخابات لم تؤذي دورها المنتظر من النواحي الاجتماعية والاقتصادية لدرجة باتت فئة كبيرة من المواطنين تؤمن بأن الحل لم يأتي عن طريق الانتخابات.¹

عدم الرضا عن النسق السياسية القائم بحيث يعتقد المواطن بعدم شرعية السلطة وقنواتها والمعرضة وقنواتها وأنها محددة من قبل النظام سياسية هذا من جهة ومن أخرى على الرغم من تأصيل مفهوم التعددية الحزبية والتعددية الحزبية في المجتمع الجزائري إلا أن النظام السياسي لم يطبق في الواقع مفهوم التعددية، بمعناها الدقيق الا نظرياً أما الجانب التطبيقي في الأمر يختلف أماما، فمزال المجتمع الجزائري محكوماً بمفهوم وتقاليد وأعراف المجتمع الأبوي أي السلطة الأبوية للنظام السياسي الجزائري، بحيث مزال يعتمد على المفاهيم الموروثة القائمة على اسس التبعية والولاء للحكام، وإن هذا المفهوم يشكل ممارسة للطغيان الاستبدادي، والتمرد على السلطة بالرغم من الإدعاءات التي يسوقها النظام حول قطعه اشواطاً كبيرةً باتجاه العصرية والديمقراطية، والدليل على ذلك الانتخابات التي تجري دورياً في الجزائر بكل أشكالها

¹ عبد الحليم مهور باشا، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية في الجزائر، مجلة السياسات

دائماً تجد نفس الوجوه تحتكر السلطة، مما جعل الناخب لا يؤمن بالتغيير بواسطة وسيلة الانتخاب.¹

ب. المعوقات الاجتماعية والاقتصادية :

أثبتت الدراسات الميدانية أن العوامل المؤثرة بشكل كبير في سلوك الناخبين وتوجهاتهم هي الظروف الاجتماعية والاقتصادية، وبشكل أقل و القيم والمعتقدات السائدة التي شكلت الثقافة السياسية، والقيم الحضارية والجغرافية، وذلك فإن استمرارية السلوك الانتخابي باتخاذ نمط سلوك الناخبين والامتناع عن الانتخابات والعزوف عنها يعني استمرار العوامل المؤثرة فيه بنفس الحالة، ويعني بذلك عدم تغيير وتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة بين أفراد المجتمع. حيث أن الظروف الاجتماعية التي بخصائصها وليدة ضعف القاعدة الاقتصادية، تعتبر من المحددات الأساسية للسلوك الأفراد في مختلف المجالات سياسياً، اقتصادياً، اجتماعياً، وعلى سبيل المثال أن المواطن الجزائري المقهور اجتماعياً يختار في الانتخاب الامتناع عن التصويت بسبب قساوة الاوضاع الاجتماعية التي يعيشها، ومن بين العوامل الاجتماعية والاقتصادية التي تكون سبب في اعاقة الفرد من المشاركة في الانتخابات ازدياد انتشار نسبة البطالة بين الشباب وارتفاع مستوى الفقر والتفاوت بين الطبقات الاجتماعية وانتشار الأمية فكل هذه العوامل تعمل على إضعاف الرغبة في المشاركة وانتشار اللامبالاة بين أفراد المجتمع وعدم اهتمامهم بالعملية السياسية.²

أصبحت البطالة في الجزائر ظاهرة مزمنة ملازمة للاقتصاد الجزائري، ذلك أن محاولات زحف هذه الظاهرة أو التقليل من حدتها التي بادرت السلطات المسؤولة بوضعها قد باءت بالفشل، ولو تفلح في احداث أي نمو حقيقي بداية من سياسة ترشيد الاقتصاد الجزائري وإعادة هيكلة المؤسسات التي أدت إلى تفاقم أزمة البطالة لدى الشباب فنتج عنها نقشي الكثير من

¹ قعمير فاطنة، مرجع سبق ذكره، ص. 118.

² المرجع نفسه، ص. 119.

الظواهر الاجتماعية السلبية كارتكاب السلوك الانحرافي في المواعيد الانتخابية وتباع أسلوب لاغتراب السياسي وضعف المشاركة الانتخابية.¹

ج. المعوقات القانونية:

عجز النظام الانتخابي من القيام بوظيفته في تكريس حق المواطن في الانتخاب والتصويت واختيار ممثليه وممارسة حق الترشح، حيث تشير التجارب الانتخابية أن رغم إدخال تعديلات على النظام الانتخابي إلا أنه لم يؤدي إلى تغيير الحقيقة في ممارسة السلطة، إذ بقي حزب الأغلبية يحتكر جميع مصادر السلطة ويعمل على إعادة تركيز المناخ السياسي السائد بجموده ومميزاته الخاصة، وكان من نتائج هذه العملية عزوف الناخب عن المشاركة في الانتخابات وعدم إبداء بصوته، لان هذه الممارسة ولدت قناعة بأن نتائج اللعبة محسومة مسبقاً وأن الأحزاب التي تصل إلى برلمان لا تخرج عن الحزب المهيمن.²

تشعب القوانين وتضاربها بسبب ما تلجأ إليه السلطة من محاولات علاج المشكلات، باستصدار قوانين جديدة تحت وهم أن مجرد اصدار ترشيح سوف يحل المشكلات.

كثرة الأخطاء في سجلات الناخبين وتحريفات في الجداول الانتخابية فقد لوحظ أن تلك الجداول في كل مرة يشوبها تحريف فيتحول اسم اشرف إلى شرف واسم أحمد إلى محمد، ومما لاشك فيه أن المشرف على صندوق الاقتراع يجد نفسه في مأزق، ويضطر إلى منع الناخب من الإبداء بصوته رغم تأكده أحياناً من سلامة نيته، أو يطلب منه أن يعود قبل مدة من غلق الصناديق لتأكد من عدم حضور صاحب الاسم بشكل المحرف، مما يجعل الغالبية تفضل العزوف عن الانتخاب بعد أن أرهقها البحث.³

¹ عبد الحليم مهور باشا، مرجع سبق ذكره، ص. 130

² المرجع نفسه، ص. 131

³ قعمير فاطنة، مرجع سبق ذكره، ص. 125.

المبحث الثاني: الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية التشريعية 2017.

اكتست الانتخابات التشريعية الأخيرة التي جرت في 4 ماي 2017 خصوصية جعلتها محطة تاريخية مهمة بالنسبة إلى الشعب الجزائري وإلى أطراف العملية السياسية، هذا خاصة بعد التعديل الدستوري لسنة 2016.

فجاءت هذه الانتخابات لتكون فرصة للتغيير وإعادة ترتيب التوازنات السياسية وترشيد ممارستها، فأصبحت فترة ما قبل الانتخابات لحظات لعقد الآمال، ومحاولة لتوقيع نتائجها وتداعياتها على مستقبل الجزائر وطبيعة نظامها السياسي.

وبحكم أن هذا الاستحقاق كان مصيرياً، فقد كان ينتظر من هذه الانتخابات الكثير ومن أهم تلك الانتظارات تغيير الاتصال بين الناخبين والمرشح إلى الأحسن ويظهر هذا بارتفاع نسبة المشاركة لدى فئة واسعة من الشعب الجزائري.

ولهذا سوف نحاول في هذا المبحث التعرض بالتفصيل للظروف العامة التي جرت فيها

الانتخابات التشريعية 4 ماي 2017.¹

المطلب الأول: الإطار العام للانتخابات التشريعية 2017.

جرت الانتخابات التشريعية في ظروف تختلف عن الظروف التي عرفتھا المواعيد الانتخابية السابقة، فانتخابات 4 ماي 2017 تعد أول انتخابات تنظم في الجزائر بعد إقالة اللواء محمد مدين المدعو توفيق، من قيادة جهاز الاستخبارات (مديرية الاستعلام والأمن) في سبتمبر 2015، حيث كان أغلب الدارسين والفاعلين في المشهد السياسي الجزائري يشير إلى تدخل هذا الجهاز في تنظيم الانتخابات وترتيب نتائجها، بل إن الكثير من يعتبره صانع الرؤساء في الجزائر، وهي أول انتخابات كذلك، تنظم بعد إعادة هيكلة جهاز المخابرات، حيث تم تفكيك مديرية الاستعلام والأمن (drs) في يناير 2016، واستبدالها بمديرية المصالح الأمنية (dss) يشرف عليها اللواء بشير طرطاق كمستشار في رئاسة الجمهورية ومنسق للمصالح

¹طفياني زكريا، المعالجة الصحفية لموضوع الانتخابات الرئاسية 2014 (دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال جامعة خميس مليانة: 2016/2015، ص. 100.

الأمنية التي لم تعد تابعة لوزارة الدفاع مثلما كان عليه الحال سابقا، بل أصبحت تابعة لرئاسة الجمهورية.

من جهة أخرى تعد إنتخابات 4 ماي 2017 هي أول انتخابات تنظم العهدة الرابعة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة، هذه العهدة التي أثارت جدلا كبيرا بخصوص مدى قدرة الرئيس على مزاوله نشاطه كرئيس للدولة، وخلقت إنسدادا سياسيا بين السلطة الحاكمة المعارضة، وفي هذا الإطار، شهدت الجزائر حراكا واسعا للمعارضة توجّه بإنشاء تنسيقية الإنتقال الديمقراطي سنة 2014، لكن مع مرور الوقت تراجع نشاط المعارضة وتمكن السلطة الحاكمة إختراق صفوفها و إحداث شرح بين المكونات التنسيقية، وتجلّى ذلك في عدم الإتفاق أحزاب المعارضة على موقف موحد من الإنتخابات التشريعية، ففي الوقت الذي أعلن فيه كل من حزب جيل جديد بقيادة سفيان جلالي، وحزب طلائع الحريات بقيادة علي بن فليس عن عدم في مشاركتها في الإنتخابات، نجد أن باقي أحزاب المعارضة شاركت في هذا الموعد الانتخابي.

إن الإنتخابات التشريعية لسنة 2017 جاءت في ظروف إقتصادية صعبة تمر بها الجزائر على إثر انخفاض اسعار النفط مند منتصف سنة 2014، حيث بقية الاسعار خلال سنة 2016-2017 تتراوح بين 45 إلى 55 دولار للبرميل، وقد أدى هذا الإنخفاض إلى تراجع المداخيل المالية للدولة، وبالتالي لم يعد بإمكان السلطة الحاكمة مواصلة الإنفاق الضخم وشراء السلم الإجتماعي، بل وجدت نفسها مضطرة لإتباع سياسة التقشف وترشيد النفقات العمومية، وفي نفس الوقت إستعمال احتياطي الصرف الذي إنخفض بشكل مخيف من 190 مليار دولار سنة 2014 إلى 100 مليار دولار سنة 2017، وقد تزامن هذا التآزم الاقتصادي مع حراك إجتماعي واحتجاجات شعبية معارضة لسياسة التقشف، والمطالبة بتحسين الأوضاع المعيشية.¹ وعلى المستوى الخارجي، تزامنت انتخابات 4 ماي 2017 مع تراجع الثورات العربية، ونجاح الثورة المضادة في مصر، بل أصبح الوضع العربي تغلب عليه الحروب في ليبيا وسوريا

¹ لقرع بن علي، الإنتخابات التشريعية في الجزائر 04 ماي 2017، عن موقع: democraticac.de/p=48593، تاريخ

واليمن، وتصاعد تنظيم داعش الذي فتح المجال واسعا للتدخل القوى الدولية الإقليمية في بلدان الثورات العربية لاسيما في سوريا، وقد انعكس هذا الوضع المأساوي العربي بشكل سلبي على نفسية المواطنين الجزائريين، وفي نفس الوقت أدى إلى تنامي خطاب التخويف لدى السلطة الحاكمة في الجزائر بهدف كبح أي مسعى للمطالبة بالتغيير السياسي.

المطلب الثاني: تأثير الإعلام في الانتخابات التشريعية

يتميز العصر الحالي بأنه عصر الإعلام والمعلومات بما يمتلكه من قدرة على التأثير والإقناع وتشكيل الأفكار وصياغة الرأي العام حيث زادت في السنوات الأخيرة أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية نتيجة للعديد من التطورات وكان لها الدور الكبير في مشاركة المواطنين الجزائريين في الانتخابات وتوعيتهم بضرورة المشاركة في الانتخابات لأن ذلك أساس نجاح العملية الانتخابية حيث أن وسائل الإعلام العامة والخاصة يبرز دورها خلال الفترات الانتخابية باعتبارها وسيلة لنشر المعلومات والأخبار الخاصة بالعملية الانتخابية كما هو الحال في الانتخابات التشريعية سنة 2017.¹

حيث أكد رئيس الهيئة العليا الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات عبد الوهاب دربال، على دور الإعلام في إنجاح العملية الانتخابية داعياً الجميع إلى تحمل المسؤولية بمن فيه الأحزاب والإدارة والإعلام أن أردنا أن تكون هذه الانتخابات أرضية لنهوض بالجزائر.

حيث أوضح دربال في تصريح لوكالة الأنباء الجزائرية أنه تم خلال هذا اللقاء التشاوري التطرق إلى جاهزية القطاع السمعي البصري العمومي لتغطية الحملة الانتخابية لتشريعات 2017 لما تكتسبه هذه الأخيرة من أهمية وحساسية، وشدد دربال على جملة من المحاذير الواجب اتباعها خلال الحملة الانتخابية وفي مقدمتها الالتزام بالقانون وبأخلاقيات المهنة.

حيث وجهت وزارة الاتصال منشوراً إلى مسؤولي وسائل الإعلام السمعية البصرية المرخصة لضمان التغطية الإعلامية للانتخابات التشريعية المقررة في الرابع من ماي 2017، ذكرتهم من

¹ عداد نصر الدين، أسباب عزوف المواطن الجزائري عن المشاركة في الانتخابات، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم

خلاله بضرورة السهر على الإحترام الصارم للأحكام المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساري المفعول وكذا المبادئ المتعلقة بالقواعد الأخلاقية المطبقة في هذا المجال.¹

واستعرضت الوزارة بالتفصيل الإطار التشريعي والتنظيمي للعملية الانتخابية في شقه الخاص بالتغطية الإعلامية للتشريعات، والذي يشمل القانون العضوي المتعلق بالانتخابات والقانون العضوي المتعلق بالهيئة العليا لمراقبة الانتخابات وكذا القانون المتعلق بنشاط السمع البصري، وتطرقت الوزارة إلى مسألة الحيز الزمني المخصص لكل مترشح، حيث تعد وسائل الإعلام ملزمة بضمان التوزيع المنصف بينهم، علماً أن برنامج التوزيع المنصف لهذا الحيز الزمني تعده وتسهر عليه الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات وتكلف سلطة ضبط السمع البصر بتطبيق القواعد المتعلقة بشروط الإنتاج والبرمجة وبث حصص التعبير المباشر بالإضافة إلى حصص الوسائط السمعية البصرية خلال الحملات الانتخابية.² وتميزت أيضاً هذه الانتخابات بحالة من الهدوء في خطابات قادة الأحزاب السياسية وغياب التشاحن الإعلام الذي عرفته الانتخابات الرئاسية سنة 2014 وأصدرت وزارة الإعلام بياناً ذكرت فيه الوسائل الإعلامية خاصة التلفزيون بضرورة الحياد والالتزام بقواعد محدد خلال تغطيتهم للانتخابات القادمة ومنعت من فتح المجال أمام الداعين إلى مقاطعة الانتخابات التشريعية وطالبة في بيان بحضر كل إهانة أو خطاب فيه إساءة أو شتم أو قذف ضد شخص الرئيس أو الهيئة التي يمثلها رئيس الجمهورية.

ودعت وسائل الإعلام إلى توعية الناخبين بممارسة حقهم في التصويت ومنعها بأي حال من الأحوال العمل على تجريد الانتخابات من مصداقيتها أو إعطاء الكلمة للأحزاب التي

¹ (بدون كاتب)، ديال بحث مع قرين دور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية، عن موقع: www.sawtalahrar.net، تاريخ الدخول 05 ماي 2019، على الساعة 12:02.

² (بدون كاتب)، وزارة الاتصال توجه منشوراً إلى مسؤولي وسائل الإعلام السمعية البصرية المرخصة لضمان التغطية الإعلامية لانتخابات التشريعية المقبلة، عن موقع: www.ministercommunication.gov.de/ar/node/3291، تاريخ الدخول، 7 ماي 2019، على الساعة 09:30.

تدعوا إلى المقاطعة، أو بث سبر آراء في الشوارع خلال الحملة الانتخابية باعتباره عنصر مهم في تقييم وزن القوى السياسية الموجودة وهذا ما قد ينجر عنه التلاعب في الرأي العام.

المطلب الثالث: الإطار القانوني لتنظيم سير الحملات الانتخابية

نظمت الانتخابات التشريعية بعد مرور سنة كاملة على اقرار التعديل الدستوري في سنة 2016، وهي أول إنتخابات تنظم في الجزائر في ظل الدستور الجديد ولهذا هناك الكثير من المتابعين للشأن السياسي الجزائري وكذلك الأحزاب السياسية، الذين اعتبروا أن الإنتخابات التشريعية 2017 تعتبر امتحاناً لمدى مصداقية الإصلاحات الدستورية التي بادرت بها السلطة الحاكمة في الدستور الجديد.

لقد تضمن هذا الدستور فصلاً منفرداً يتعلق بمراقبة الإنتخابات، حيث ألزم السلطات العمومية المكلفة بتنظيم الإنتخابات بإحاطتها بالشفافية والحياد، وبهذه الصفة توضع القائمة الانتخابية عند كل إنتخاب تحت تصرف المترشحين ومن جهة أخرى إستحدث الدستور الجديد هيئة عليا مستقلة لمراقبة الإنتخابات ترئسها شخصية وطنية يعينها رئيس الجمهورية بعد استشارة الأحزاب السياسية وتكون لهذه الهيئة لجنة دائمة وتنتشر اعضائها الآخرين فور استدعاء الهيئة الانتخابية وهي تتكون بشكل متساوي من قضاة يقترحهم المجلس الأعلى للقضاة ويعينهم رئيس الجمهورية وكفاءات مستقلة يتم اختيارها من المجتمع المدني يعينها رئيس الجمهورية وقد أوكل الدستور للهيئة العليا مهمة السهر على شفافية الإنتخابات.

ويحدد القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات الإطار التنظيمي لسير الحملة الانتخابية، ويتضمن التدابير الإجرائية والأخلاقية التي ينبغي على كل مترشح الالتزام بها.¹ تنطلق الحملة الانتخابية 25 يوماً قبل بداية الانتخابات وتنتهي قبل ثلاثة أيام من تاريخ الاقتراع حسب ما ينص عليه القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات الصادر في أوت 2016.

¹ (بدون كاتب)، الجزائر تحكم الطوق على وسائل الإعلام قبل الانتخابات التشريعية، من موقع: www.alarab.co.uk،

تاريخ الدخول، 07 ماي 2019، على الساعة 17:30.

ويمنع القانون المترشحين من تجاوز الفترة المحددة قانوناً أو استعمال أي لغة أجنبية خلال تشييطهم للحملة الانتخابية حسب ما تنص عليه المادتين 174 (أنظر الملحق رقم 01) و175 (أنظر الملحق رقم 01) فيما تلزم المادة 176 (أنظر الملحق رقم 01) مترشحي الأحزاب السياسية احترام برنامج الحزب أو البرنامج الانتخابي بالنسبة للمترشحين الأحرار مع ضرورة التقيد في كلتا الحالتين بالتدابير المنصوص عليها في الدستور.

وتمنح المادة 177 (أنظر الملحق رقم 01) فرص متساوية لكل المترشحين في استعمال وسائل الإعلام الوطنية في إطار ما ينص عليه التشريع غير أن مدة الحصص المخصصة لكل مترشح في الانتخابات التشريعية تختلف باختلاف عدد المترشحين في كل حزب أو مجموعة أحزاب.

وسائل الإعلام الوطنية المرخصة لتغطية الحملة الانتخابية ملزمة حسب المادة 178 (أنظر الملحق رقم 02) بضمان توزيع منصف لوقت البث لفائدة كل مترشح حيث ستعمل سلطة ضبط السمعي البصري على ضمان احترام التدابير الواردة في هذه المادة.

وتمنع المادة 180 (أنظر الملحق رقم 02) المترشحين من استعمال الوسائل الإشهارية التجارية لأغراض دعائية خلال الحملة الانتخابية فيما تمنع المادة 181 (أنظر الملحق رقم 02) نشر أو بث أي سبر للآراء حول توجهات الناخبين أو نسب شعبية المترشحين 78 ساعة قبل تاريخ الاقتراع على المستوى الوطني وخمسة أيام بالنسبة للجالية المقيمة بالخارج.¹

ولا يسمح للمترشحين القيام بعمليات الإشهار والترويج خارج المساحات العمومية المخصصة لذلك على مستوى كل الدوائر الانتخابية ويسهر الوالي على تنفيذ هذه التدابير حسب ما ورد في المادة 182 (أنظر الملحق رقم 03).

¹ (بدون الكاتب)، القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، ينظم سير الحملة الانتخابية، عن موقع: www.aps.dz/ar/algeria/41724، تاريخ الدخول: 2019/05/07، على الساعة 17:40.

كما تنص المادة 184 (أنظر الملحق رقم 03) على منع استعمال أماكن العبادة والمؤسسات الإدارية العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتماءها لأغراض الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال.¹

المطلب الرابع: قراءة في نتائج انتخابات التشريعية.

جرت هذه الانتخابات في ظروف صعبة يمر بها الاقتصاد الجزائري إثر أزمة تدني أسعار النفط المصدر الأساسي لمدخلات الدولة، وانعكس ذلك على الواقع المعيشي للمواطن ماجعل الجهاز التنفيذي يعمد إلى انتهاج سياسة وصفها بترشيد النفقات، بينما عدها الشارع سياسة نقشف وبدأ تطبيقها بعد التصديق على قانون المالية لسنة 2016 وبإجراءات أكثر صرامة في قانون المالية لسنة 2017 وهو ما جعل المواطن يحمل البرلمان مسؤولية ما وصلت إليه ظروفه المعيشية ودفعت به إلى التعبير عن ذلك في الصورة العامة للانتخابات الأخيرة إذ بلغت نسب العزوف والمقاطعة أرقاماً كبيرة، وقد أكدت السلطات الجزائرية أن نحو 8 مليون فقط من أصل أكثر من 23 مليون مسجلين في القوائم الانتخابية شاركوا في الانتخابات بنسبة مشاركة بلغت 38.25% في حين بلغت نسبة المشاركة عام 2012 43%.²

لم تتناقض نتائج الانتخابات التشريعية في الجزائر تكهنات المتابعين للشأن الجزائري، وكما كان متوقفاً فاز حزب جبهة التحرير الوطني وهو حزب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بأغلبية المقاعد رغم تراجع مقارنته بالانتخابات السابقة وحل غريمه التجمع الوطني الديمقراطي ثانياً، ورفع من عدد مقاعده لتصل إلى 97 مقعداً فجاء تحالف حركة مجتمع السلم وجبهة التغيير في المرتبة الثالثة وهو نفس ترتيب الانتخابات التشريعية السابقة.

نتائج الانتخابات التشريعية الجزائرية كانت متوقعة مثل ما كان متوقفاً عزوف الناخب الجزائري إذا لم تتعدى نسبة المشاركة 38% أي أضعف من انتخابات عام 2012.

¹ (بدون كاتب)، تعرف على قانون الانتخابات الجزائري، عن موقع: www.aljazeera.net/encyclopedia/events،

تاريخ الدخول: 2019/05/07، على الساعة 18:20.

² بلال شلش، الانتخابات التشريعية الجزائرية: برلمان جديد... تحديات كبيرة، العدد 21، بتاريخ: 14 ماي 2017، قطر.

وقد جاءت هذه النسبة وسط دعوات للمقاطعة حيث ان كثيراً من المعارضين اعتبروها مضخمة بالنظر إلى حجم المقاطعة والامتناع الذي أتصفت به عملية الاقتراع بينما تفادى وزير الداخلية نور الدين بدوي في المؤتمر الصحفي الكشف عن عدد الأصوات الملغات التي وصفها البعض بأنها الفائز الأول في هذه الانتخابات، وكانت الرسالة الأبرز التي أوضحتها عملية الاقتراع هي تحول العزوف الشعبي عن الانتخابات إلى مقاطعة حقيقة ما يعد بمنزلة عقاب غير معلن لمؤسسة البرلمان، المتهم الأول بتزكية مشاريع حكومية أقرت إجراءات اقتصادية قاسية ومؤثر في الوضع المعيشي لأغلب المواطنين الذين يعيشون وضعاً متوسطاً أو دون المتوسط فقد صوتت نسبة 10% من الناخبين بأوراق ملغاة قانونياً ورفضت نحو 63% المشاركة في العملية الانتخابية حسب ما ورد في وسائل الإعلام، وقد توزع المقاطعون للانتخابات التشريعية في تركيبهم بين أحزاب سياسية وناشطين مجتمع مدني وعازفين غير مهتمين من بين جموع المواطنين.¹

على الرغم من أن نتائج الانتخابات مثلت خيبة أمل للطمحين في تحول ديمقراطي حقيقي في الجزائر، بعد إقرار تعديلات دستورية عام 2016 فإن كثيرين نظروا إليها باعتبارها محطة في الطريق نحو تسمية خليفة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة.

¹ عبد الحكيم زموش، قراءة في نتائج الانتخابات التشريعية، عن موقع: www.france24.com/ar، تاريخ

الختامة

إكتسى الاتصال في وقتنا الحالي أهمية بالغة في حياة الفرد والمجتمع وفي جميع المجالات خاصة المجال السياسي فكان له تأثير جلي على السياسة والسياسيون وهو ما تمحورت دراستنا حوله من خلال إبراز تأثير الاتصال السياسي على المشاركة الانتخابية في الإنتخابات الرئاسية 2014 والتشريعية 2017.

إن الاتصال السياسي هو النشاط الموجه 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 وأساليب الاتصال التي يستعملها الفاعلون السياسيون لإغراء الرأي العام، فهو يعبر عن مجموعة من الرسائل المرسلة من المرشحين إلى الناخبين وأفراد الشعب بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن خطابات ولافتات وشعارات تبرز بكثرة خلال فترة الحملة الانتخابية بهدف الوصول للسلطة أو البقاء فيها، وهذا لا يتحقق إلا إذا أقتنوا أغلبية الناخبين بالتصويت لصالحه.

لهذا نجد السياسيون يهتمون كثيراً بوسائل الإعلام الحديثة والطرق التكنولوجية المستخدمة لتسويق برامجهم وأفكارهم وتكوين صورة ذهنية ايجابية عنهم لدى أفراد المجتمع. فالمرشح يهدف من خلال التسويق السياسي وإلى بيع الأفكار وكسب التأييد واجتذاب الأشخاص بشتى الأساليب والوسائل الحديثة، إلا أن الاتصال السياسي بالجزائر لايزال بحاجة لإعادة تهيئة ووقفة تقييمية من معرفة الأخطاء والسلبيات والعمل على تداركها وكذا تهمين الايجابيات والعمل على تطويرها بما يخدم المصلحة الوطنية، فإهمال هذا الجانب سيكون له دون شك انعكاسات أشد خطورة مستقبلا ينبغي تفاديها منذ الساعة وذلك من خلال خلق استراتيجية لتطوير مثل هذا النوع من الاتصالات والاستفادة منه.

أما المشاركة الانتخابية فهي قلب المشاركة السياسية وتندرج تحتها فهي أبرز صورها وجزء منها، خصوصا وانها تغطي كافة الصور التقليدية لها مثل الترشح والتصويت.

إن تأثير الاتصال السياسي يظهر بصورة أوضح خلال الحملات الانتخابية التي تستعمل كافة الوسائل التقليدية والحديثة لتحقيق اكبر نسبة من المشاركة في الإنتخابات،

وتوظف جملة من الآليات لتحقيق أهداف المرشحين من خلال أساليب الدعاية الانتخابية التي يستخدمونها في البرامج الانتخابية والخطابات السياسية.

إن الاتصال في الجزائر لم يرقى بعد إلى أدبيات الاتصال السياسي وهذا يرجع لعدم استغلال المرشحين لآليات الاتصال في حملاتهم الانتخابية وقلة وعي المواطن بواجبه الانتخابي، لهذا لا بد من المرشح الوفاء بوعوده و ضرورة استغلال كافة الوسائل التقليدية والحديثة من اجل اىصال برنامجه الانتخابية ويجب أن تكون الأحزاب السياسية في نشاط دائم لامناسبتية ولاتخدم المصالح الشخصية وبالتالي تمثل القاعدة الشعبية التي انتخبتهما وكسب ثقتها حتى يحقق المرشح اتصال سياسي فعال في حملته الانتخابية وبالتالي تكون نسبة المشاركة الانتخابية مرتفعة .

الملاحق

الملحق رقم (01)

الملحق يوضح القانون العضوي رقم 10/16 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 اوت سنة 2016، المتعلق بنظام الإنتخابات، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 25 ذي القعدة الموافق ل 28 اوت سنة 2016:

تنص المادة رقم 174 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الإنتخابات على مايلي: لا يمكن ايا كانت ومهما كانت الوسيلة وبأي شكل كان، ان يقوم بالحملة خارج الفترة المنصوص عليها في المادة 173 من هذا القانون العضوي.

تنص المادة رقم 175 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الإنتخابات على مايلي: يمنع استعمال اللغات الاجنبية في الحملة الإنتخابية.

تنص المادة رقم 176 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الإنتخابات على مايلي: اثناء الحملة الإنتخابية يتعين على المترشحين بعنوان الأحزاب السياسية التقيد ببرامجهم الحزبية وعلى المترشحين الأحرار التقيد ببرامجهم الإنتخابية.

تنص المادة رقم 177 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الإنتخابات على مايلي: يكون لكل مترشح للإنتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية، قصد تقديم برنامج للناخبين، مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخصة لها بالممارسة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

تكون مدة الحصص المفتوحة متساوية بين كل مترشح وآخر للإنتخابات الرئاسية، وتختلف بالنسبة للإنتخابات المحلية والتشريعية، تبعاً لأهمية عدد المترشحين اللذين يرشحهم حزب سياسي أو مجموعة احزاب سياسية.

الملحق رقم (02)

يستفيد المترشحون الأحرار المتكثرون بمبادرة منهم، من نفس الترتيبات الواردة في هطه المادة وحسب الشروط نفسها.

تستفيد الاحزاب السياسية التي تقوم بالحملة الإنتخابية في اطار الاستشارات الاستفتائية من مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

تحدد كيفيات وإجراءات استعمال وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

تحدد كيفيات الإشهار الأخرى للترشحات عن طريق التنظيم.

تنص المادة رقم 178 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الإنتخابات على مايلي: يتعين على كل وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول به، المشاركة في تغطية الحملة الإنتخابية ضمان التوزيع العادل للحيز الزمني لإستعمال وسائل الإعلام من طرف المرشحين، تتضمن سلطة الضبط السمعي البصري احترام احكام هذه المادة.

تنص المادة رقم 180 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الإنتخابات على مايلي: يمنع طيلة الحملة الإنتخابية استعمال أي طريقة إشهارية تجارية لغرض الحملة الإنتخابية.

الملحق رقم (03)

تنص المادة رقم 181 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الانتخابات على مايلي: يمنع نشر وبث سبر الآراء وإستطلاع نوايا الناخبين في التصويت وقياس شعبية المترشحين قبل 72 ساعة على المستوى الوطني و خمسة أيام بالنسبة للجالية المقيمة بالخارج من تاريخ الإقتراع .

تنص المادة رقم 182 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الانتخابات على مايلي: تخصص داخل الدوائر الإنتخابية اماكن عمومية لإصاق الترشيحات توزع مابينها بالتساوي، يمنع إستعمال أي شكل آخر للإشهار خارج المساحات المخصصة لهذا الغرض.

تنص المادة رقم 184 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الانتخابات على مايلي: يمنع استعمال اماكن العبادة والمؤسسات و الإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو إنتماؤها لأغراض الدعاية الإنتخابية بأي شكل من الأشكال.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

1. القانون العضوي رقم 10/16 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 اوت سنة 2016، المتعلق بنظام الإنتخابات، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 25 ذي القعدة الموافق ل 28 اوت سنة 2016.

المراجع:

كتب باللغة العربية:

- 2.البشر محمد بن سعود، مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض: مكتبة العبيكان، 1999م
- 3.احمد عزوز، الاتصال ومهارته، وهران: منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، 2006.
- 4.احمد عيساوي، مدخل الى علوم الاعلام والاتصال، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2014.
- 5.جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام المفاهيم -المداخل النظرية القضايا-، مصر: دار المعرفة، 2008 .
- 6.زكرياء بن صغير، دليل الحملات الانتخابية في الجزائر، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، (ب.د)، 2012.
- 7.سعد ال سعود، الاتصال والإعلام السياسي، الرياض: دار الكتاب الحديث، 2010.
- 8.فارس جميل أبو خليل، وسائل الإعلام بين الكتب وحرية التعبير، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، (ب.ط)، 2011م.
- 9.فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، الجزائر: دار المعرفة لنشر والتوزيع، (ب.ط)، 2006.
- 10.ناجح رشيد القادري، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2004.

11. نوال مغربلي، ازمة المشاركة السياسية في الجزائر، المركز الديمقراطي العربي، جامعة قسنطينة: 17 أبريل 2017.

كتب باللغة الاجنبية:

12. M. Sehdson, political communication : history international of communication, vol 13 New York: Oxford university press, 1989. p304

المذكرات:

13. جعفر بن صالح، الاتصال السياسي في الجزائر معالجة إعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية (جريدتي الشروق والخبر نموذجاً)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران: 2013/2012.

14. رباب عياش، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في التسويق السياسي بالجزائر، دراسة الحملة الانتخابية 10 ماي 2012 نموذجاً، المدرسة الوطنية العليا: مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام، 2013/2012.

15. رشيدة عزيزي، علية قطيش، دور وسائل الاعلام والاتصال في الحملات الانتخابية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في العلوم السياسية، جامعة ادرار: 2016./2015

16. زكرياء طفاني، المعالجة الصحفية الموضوعية للانتخابات الرئاسية 2014، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة خميس مليانة، 2014/2013.

17. شيماء معاوية، دور الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والاجتماعية، جامعة الجزائر: 2014/2013.

18. صحراوي بن شيخة، التسويق السياسي في الجماعات المحلية دراسة حالة الانتخابات المحلية (البلدية والولاية) في الجزائر، 29 نوفمبر 2007، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تلمسان: 2009/2008.
19. عبد الله جعفري، التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية في الجزائر دراسة حالة الانتخابات التشريعية 10 ماي 2012، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2013./2014.
20. فاطمة الزهرة منصوري، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة بسكرة: 2014/2013.
21. فاطمة قعير، الثقافة السياسية وانعكاسها على السلوك الانتخابي في الجزائر (2014/1999)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق، جامعة بومرداس: 2016./2015.
22. مسعودة عرفة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، جامعة تلمسان: 2018/2017.
23. نصر الدين عداد، أسباب عزوف المواطن الجزائري عن المشاركة في الإنتخابية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم: 2017/2016.
24. يمينة يحي بن، السلوك الانتخابي عند الشباب الجزائري (شباب مدينة وهران نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران: 2014/2013.
- الدوريات:**
25. الأمين سويقات، دور المجتمع المدني في تكريس الديمقراطية التشاركية، مجلة دفاتر السياسة المقارنة والقانون، العدد: جوان، جامعة ورقلة.
26. بلال شلش، الانتخابات التشريعية الجزائرية، برلمان جديد وتحديات كبيرة، عدد: 21، 14 ماي 2017، قطر.

27. حميد علاء، الاتصال السياسي، مجلة النبأ، العدد: 83، بتاريخ/5/5/2006،
عن موقع <https://annabaa.org> ، تاريخ الدخول 2019/05/10 على الساعة
11:55

28. شمس ضيات خلفاوي، التسويق السياسي بين المفهوم والأسس، مجلة دفاتر
السياسة والقانون، العدد: 18، جامعة عنابة: جانفي 2018.

29. عباس فكرون، الاشاعة والقذف والضرب تحت الحزام وقود التنافس بين
المرشحين، جريدة الخبر اليومي، العدد: 6703، بتاريخ 03 ماي 2012.

30. عبد الحليم مهور باشا، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في الإنتخابات
الرئاسية في الجزائر، مجلة السياسيات العربية، دراسة واوراق تحليلية.

31. محمد لمين لعجال، إشكالية السياسة وثقافة السلم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد
الثاني عشر، جامعة محمد خيضر، بسكرة: نوفمبر 2007 .

32. محمد صالح أحمد فاروق، استخدام جماعة المهام في تنشيط اتجاهات اعضاء
مراكز الشباب نحو المشاركة الانتخابية، مجلة علم النفس المعاصر والعلوم الانسانية،
المجلد 12 الجزء الثالث، القاهرة: بتاريخ يوليو 2001.

33. ياسر رزق، أهمية المشاركة في الانتخابات، بوابة أخبار اليوم، العدد: 366،
معهد البحرين: بتاريخ 28 أغسطس 2015.

المواقع الالكترونية:

34. (بدون كاتب)، دريال يبحث مع قرين، دور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية،
عن موقع: www.sawtalahrar.net، تاريخ الدخول 05 ماي 2019، على
الساعة 12:02

35. (بدون الكاتب)، القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات، ينظم سير الحملة
الإنتخابية، عن موقع: www.aps.dz/ar/algeria/41724 ، تاريخ الدخول:
2019/05/07، على الساعة 17:40.

- 36.** (بدون كاتب)، تعرف على قانون الانتخابات الجزائري، عن موقع: www.aljazeera.net/encyclopedia/events، تاريخ الدخول: 2019/05/07، على الساعة 18:20.
- 37.** (بدون كاتب)، وزارة الاتصال توجه منشوراً إلى مسؤولي وسائل الإعلام السمعية البصرية المرخصة لضمان التغطية الإعلام لانتخابات التشريعية المقبلة، عن موقع: www.ministercommunication.gov.de/ar/node/3291، تاريخ الدخول، 7 ماي 2019، على الساعة 09:30.
- 38.** (بدون كاتب)، الجزائر تحكم الطوق على وسائل الإعلام قبل الانتخابات التشريعية، من موقع: www.alarab.co.uk/، تاريخ الدخول، 07 ماي 2019، على الساعة 17:30.
- 39.** (بدون كاتب)، موسوعة الجزيرة، تعرف على قانون الانتخابات الجزائري، www.aljazeera.net/encyclopedia/events/09/04/2017.
- 40.** عبد الحكيم زموش، قراءة في نتائج الانتخابات التشريعية، عن موقع: www.france24.com/ar، تاريخ الدخول: 2019/05/07، على الساعة 18:40.
- 41.** لقرع بن علي، الإنتخابات التشريعية في الجزائر 04 ماي 2017، عن موقع: democraticac.de/ p=48593، تاريخ الدخول 03 ماي 2019، على الساعة 11:54.

الفصل الأول: فهرس الجداول والاشكال

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	جدول يوضح طبيعة التأثيرات للحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أبريل 2014.	26

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	اعمدة بيانية توضح طبيعة التأثيرات للحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أبريل 2014.	26

فهرس المحتويات

الرقم	عنوان الموضوع	الصفحة
01	الإهداء	
02	شكر وعرافان	
03	مقدمة	1-5
04	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للاتصال السياسي والمشاركة الانتخابية.	6-21
05	تمهيد	7
06	المبحث الأول: ماهية الاتصال السياسي.	8-16
07	المطلب الأول: مفهوم الاتصال السياسي.	8
08	المطلب الثاني: العلاقة بين الاتصال والسياسة.	11
09	المطلب الثالث: عناصر الاتصال السياسي وأهدافه.	12-13
10	المطلب الرابع: وظائف الاتصال السياسي.	14-16
11	المبحث الثاني: ماهية المشاركة الانتخابية	17-21
12	المطلب الأول: تعريف المشاركة الانتخابية	17
13	المطلب الثاني: المصطلحات المشابهة للمشاركة الانتخابية.	18
14	المطلب الثالث: أهمية المشاركة الانتخابية.	19-20
15	المطلب الرابع: أنواع المشاركة الانتخابية.	21
16	الفصل الثاني: تأثير الاتصال السياسي على المشاركة الانتخابية في الجزائر 2017/2014	22-49
17	تمهيد	23
18	المبحث الأول: : آليات الإتصال السياسي في الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2014 وتأثيره على المشاركة الانتخابية.	24-41

24-26	المطلب الأول: الحملات الانتخابية لرئاسيات 2014 كعملية للإتصال السياسي.	9
27-30	المطلب الثاني: طبيعة البرامج الانتخابية والخطاب السياسي.	20
31-38	المطلب الثالث: دور وسائل الإعلام في الإتصال السياسي وأثره على الرأي العام.	21
38-41	المطلب الرابع: معوقات المشاركة الانتخابية من خلال ضعف الاتصال السياسي.	22
42-49	المبحث الثاني: الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية التشريعية 2017.	23
42-44	المطلب الأول: الاطار العام للانتخابات التشريعية 2017.	24
44-46	المطلب الثاني: تأثير الإعلام في الانتخابات التشريعية .	25
47-46	المطلب الثالث:الاطار القانوني لتنظيم سير الحملات الانتخابية	26
49-48	المطلب الرابع: قراءة في نتائج انتخابات التشريعية.	27
52-51	خاتمة	28
54	الملخص	29
58-56	الملاحق	30
60-59	قائمة المصادر والمراجع	31
62	فهرس الجداول والأشكال	32
64	فهرس المحتويات	33
66	الملخص	34

ملخص:

إن العلاقة بين الاتصال السياسي والمشاركة الانتخابية تظهر بصورة جلية خلال فترة الحملات الانتخابية من خلال تلك الأساليب والوسائل التي يستخدمها المرشحين حيث سيكون لها تأثير مباشر على المشاركة الانتخابية.

وفي هذه العلاقة وسيط يمكن تلك الوسائل الإعلامية التي بدورها تقوم بتعبئة الرأي العام وتوجيهه نحو المشاركة في العملية الانتخابية.

خلصت الدراسة الى ان الاتصال السياسي لم يؤثر في المشاركة الانتخابية بالنسب المرجوة، بالرغم من الإمكانيات الضخمة والمتطورة التي سخرتها الدولة الجزائرية في مجال الدعاية الانتخابية وذلك يرجعه أغلب المحللين إلى حالة فقدان الثقة للمواطن الجزائري والوعود الكاذبة للبرامج الانتخابية وأيضاً عدم التسجيل في القوائم الانتخابية خصوصاً هذه الفترة الحالية في حياة المواطن الجزائري التي تتميز بالحركة المكثفة.

summary :

-The relationship between political communication and electoral campaigns is clearly visible during the campaigns period through the methods and means used by candidates that will have a direct impact on electoral participation .

In this connection an intermediary can enable those media outlets which in turn mobilize public opinion and direct it to participate in the electoral process.

Participation in terms of menhood despite the huge and sophisticated possibilities used by the Algerian state in the field of propaganda of possibilities due to most analysts to the loss of confidence for the Algerian citizen and the promises of electoral programs and also not to register in the electoral lists the current period in the life of the Algerian citizen characterized by intense movement.

الكلمات المفتاحية: الاتصال السياسي – المشاركة الانتخابية.

Key words: political communication – electoral campaigns .