

جامعة الحاج لخضر - باتنة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الإعلام والاتصال

الإعلام المرئي و المشاركة السياسية

تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال
الحملة الانتخابية - 2009 -

مذكرة مقدمة لليلى شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

إعداد:

أ.د/ عبد الناصر جندلي

الطالبة: ليلى بن برغوث

لجنة المناقشة:

الرقم	إسم ولقب الأستاذ	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
01	أ.د/ حسين قادرى	أستاذ التعليم العالى	جامعة باتنة	رئيسا
02	أ.د/ عبد الناصر جندلي	أستاذ التعليم العالى	جامعة باتنة	مشرقا و مقررا
03	أ.د/ حسين خريف	أستاذ التعليم العالى	جامعة قسنطينة	ممتحنا
04	د/ مقلاتي صحراوى	أستاذ محاضر	جامعة باتنة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2010-2011

إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل إلى:

صاحب أطيب وأحن قلب في العالم.

إلى "روح والدي" رحمه الله.

إلى ملكة الحنان "أمي"

إلى إخوتي، وكل عائلتي ومحبي.....

إلى الأستاذ المشرف "عبد الناصر جندلي"

إلى الأساتذة المناقشين المحترمين كل من : الأستاذ حسين قادری، الأستاذ حسن خریف، والأستاذ صحراء مقلاتی.

إلى كل صديقاتي

إلى زملائي وزميلاتي

إلى كل من قدم لي يد العون

شهر ومحفان

الحمد لله الذي وفقنا لإنتمام هذا العمل وذلل لنا الصعاب بحمد الله كثيراً يليق
بعظمته وجلاله كما يرضاه خالقنا ويرضيه عنا.

أما بعد أتقدم بالشكر الجزيل والامتنان الكبير:

❖ إلى الذي لم يجعل علي بالتجويم والتوجيه والنصيحة والإرشاد، وقاسمني
عمري هذا العمل، وكرس وقتاً ثميناً لقراءاته إلى الأستاذ المشرف
«الدكتور عبد الناصر جندلي»

❖ إلى كل من يجد في سبيل البحث والعمل لاكتشافه الحقيقة مما كانت
متغيراته، وممما تعتقدت عواملها وسببيتها.

❖ كما أتقدم أيضاً بجزيل الشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو من
بعيد، سواء بالكثير أو بالقليل.

والحمد لله الذي تواضع لعظمته كل شيء، والحمد لله الذي استسلم
لقدرته كل شيء، والحمد لله الذي ذلل عزته كل شيء ونفع له كل
شيء.

خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: الإعلام والسياسة

المبحث الأول: مفهوم الإعلام

■ المطلب الأول: تعريف الإعلام

■ المطلب الثاني: خصائص الإعلام

■ المطلب الثالث: وظائف الإعلام

■ المطلب الرابع: أنواع الإعلام

■ المطلب الخامس: أهمية الإعلام

■ المطلب السادس: نماذج الإعلام

الفرع الأول: الإعلام الدعائي

الفرع الثاني: الإعلام التضليلي

الفرع الثالث: الإعلام الموضوعي

الفرع الرابع: الإعلام الثقافي

الفرع الخامس: الإعلام الخارجي

الفرع السادس: الإعلام الخارجي

■ المطلب السابع: دور الإعلام في الماضي والحاضر

■ المطلب الثامن: أساليب الإعلام

الفرع الأول: أسلوب المتابعة والتكرار

الفرع الثاني: أسلوب الصمت والتجاهل

الفرع الثالث: أسلوب التسلسل وتحويم الانتباه

الفرع الرابع: أسلوب الإثارة وتحريك العواطف

الفرع الخامس: أسلوب بيان الحقيقة والمصارحة

الفرع السادس: الأسلوب المتكامل

الفرع السابع: أسلوب الإرهاب

المبحث الثاني: الإعلام والسياسة

- **المطلب الأول: الإعلام والاتصال السياسي**
- **المطلب الثاني: الإعلام والرأي العام**
- **المطلب الثالث: الإعلام والنظام السياسي**
- **المطلب الرابع: الإعلام والتسويق السياسي**
- **المطلب الخامس: الإعلام والخطاب السياسي**
- **المطلب السادس: الإعلام والإقناع والتأثير**
- **المطلب السابع: الإعلام و العولمة**

الفصل الثاني: التلفزيون والمشاركة السياسية

المبحث الأول: الإعلام المرئي

- **المطلب الأول: ماهية التلفزيون**
- **المطلب الثاني: التلفزيون الجزائري**

المبحث الثاني: المشاركة السياسية

- **المطلب الأول: ماهية المشاركة السياسية**
 - الفرع الأول: صور وأنواع المشاركة السياسية
 - الفرع الثاني: أساليب ومستويات المشاركة السياسية
 - الفرع الثالث: خصائص المشاركة السياسية
 - الفرع الرابع: مراحل المشاركة السياسية
 - الفرع الخامس: درجات المشاركة السياسية
 - الفرع السادس: محددات المشاركة السياسية
 - الفرع السابع: دوافع المشاركة السياسية

- الفرع الثامن: متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة
- الفرع التاسع: العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية
- الفرع العاشر: أطر المشاركة السياسية
- الفرع الحادي عشر: أنشطة ووظائف المشاركة السياسية
- الفرع الثاني عشر: الآثار الإيجابية للمشاركة السياسية على الأفراد
 - المطلب الثاني: المشاركة السياسية والتنمية
 - المطلب الثالث: المشاركة السياسية في الإسلام
 - المطلب الرابع: دور الشباب في المشاركة السياسية
 - المطلب الخامس: المشاركة السياسية والتنشئة
 - المطلب السادس: المشاركة الانتخابية (الانتخاب)
 - المطلب السابع: واقع المشاركة السياسية
 - أدوار الإعلام في مجال دعم المشاركة السياسية

الفصل الثالث: تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز

بوتغليقة خلال الحملة الانتخابية 2009

أولاً: تأصيل مفاهيمي

- 1) السيميولوجي
- 2) الخطاب

ثانياً: تحليل خطاب بشار

- 1) المستوى الشكلي
- 2) المستوى الصرفي
- 3) المستوى التركيبي
- 4) المستوى الدلالي

- 5) المستوى التداولي
- 6) المستوى الصوتي
- 7) المستوى المرئي(التمثيلي)

ثالثا: تحليل خطاب باتنة:

- 1) المستوى الشكلي
- 2) المستوى الصرفي
- 3) المستوى التركيبى
- 4) المستوى الدلالي
- 5) المستوى التداولي
- 6) المستوى الصوتي
- 7) المستوى المرئي

خاتمة

مقدمة

يعتبر موضوعاً الإعلام والسياسة من المواضيع ذات الأهمية البالغة التي لقيت ولازالت تلقى جدلاً كبيراً من قبل المهتمين والمحترفين. فلكل منها مكانه الخاصة التي يتبوأها في المجتمع ، والدولة والعالم بأسره. وفي الحقيقة نحن نختار بأي الموضوعين سنبدأ، بالإعلام أم بالسياسة، فهما متكافئان من حيث الوزنين الوظيفي والاجتماعي.

وعلى كل حال إذا بدأنا في الحديث أولاً بالإعلام نستطيع القول أن هذا الموضوع قد تم قدم البشرية ، والإنسان ، وأخذ يتطور فيما بعد بتطورها(البشرية)، وبتوظيف عقل الإنسان في ذلك، من رسومات على الأسطح الصلبة كالأحجار والجلود...، إلى غاية اكتشاف التلفزيون، والإنترنت، والإعلام التفاعلي.

وتكمّن أهمية الإعلام في أنه غريرة الإنسان، فهو إعلامي و يبحث عن الإعلام بطبيعته، وأيضا لأن الإعلام هو الطريقة الوحيدة لمعرفة الأخبار والمستجدات والمعلومات التي من خلالها يستطيع أن يقلد بني جنسه، ويتطور بذلك ، كما أنه بتواصله مع الغير يستطيعمواصلة الحياة لأن الإنسان اجتماعي بطبيعته .

وفي تحدثنا عن السياسة نقول أنها موجودة منذ القديم وقد ظهرت مع ظهور الدولة ، وهي الأمر الذي على أساسه تنظم أمور الدولة ، وأمور المجتمع، ككل ولا تقل أهمية عن سابقتها . وقد أصبحت السياسة ونظم الحكم وأنواعها، هي التي يتحكم في رقى الدول وازدهارها. إذ أنها الجانب المسيطر على العالم. حيث أن السيطرة السياسية أكثر فعالية من السيطرة العسكرية، وقد أثبتت بخاعتها على مر التاريخ .

وإذا ربطنا كلا المتغيرين الإعلام و السياسة ببعضهما، فنحن هنا نقوم بدمج مجالين على درجة متساوية من الأهمية ، ونحن من خلال موضوعنا هذا نقوم بتناول نوع من الإعلام ، أو صورة من صوره، وهي الإعلام المرئي أو التلفزيوني، محاولين ربطه بصورة من صور السياسة أو شكل من أشكالها و ممارساتها، وهي المشاركة السياسية، وذلك لدراسة العلاقة بينهما ، ومحاولة معرفة الرابط الأساسي بينهما.

"الإعلام المرئي والمشاركة السياسية: تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة خلال حملته الانتخابية 2009" هو عبارة عن موضوع يربط بين متغيرين(الإعلام المرئي، المشاركة السياسية) وثلاث علوم (علم الإعلام والاتصال، علم السياسة، علم السيميولوجيا ،أو علم العلامات ،أو الدلالات).

والموضوع عبارة عن دراسة سيميولوجية تكشف طبيعة الإعلام والاتصال السياسي وكيفية التأثير في القرار السياسي لدى الناخب ، وتسعى هذه الدراسة إلى الوقوف عند الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام المرئية في التأثير على المتلقى وتحديدا على مشاركته السياسية في النظام الانتخابي بالجزائر وذلك من خلال توظيف استراتيجيات الإعلام التأثيرية.

2) أهمية الموضوع:

تكمّن القيمة العلمية للموضوع في تناوله لعدة متغيرات الأمر الذي يغنيه بالمادة العلمية على عكس سابقاته من المواضيع التي تشبهه وغيرها من المواضيع الأخرى، كما انه يدمج ثلات أنواع من العلوم في بوتقة واحدة على أساس علاقة تأثير وتأثير، وعلاقة ارتباطيه بين العلوم الثلاث . وتحلّي أهمية الموضوع فيما يلي :

* في جدته حيث أن موضوع الإعلام والمشاركة السياسية حديث التناول في الجزائر خاصة، إذ أن الدراسات السابقة في هذا المجال قليلة جدا إن لم نقل معدومة تماما.

* جدة التحليل السيميولوجي في قطاع الإعلام والسياسة ، وفي قطاع السمعي البصري خاصة، إذ إننا نجد متوفرا بكثرة في النصوص والخطابات الأدبية والمكتوبة خاصة ،على عكس الدول الأجنبية التي توّلي أهمية كبيرة لفهم المحتوى الإعلامي وللتأثير من خلاله.

* موضوع تحليل الخطاب الإعلامي السياسي خاصه الانتخابي ذو أهمية كبيرة بالنسبة للأحزاب والمؤسسات السياسية ككل، ولكل من له نية الترشح مستقبلا ، بمعنى انه يكشف عن مواطن الضعف والقوة في الخطابات من أجل اخذ ذلك بعين الاعتبار للتأثير في الجمهور وتحقيق الغايات.

* تكمّن أهمية الموضوع أيضا في أنه يرصد واقع مهم وهو واقع المشاركة السياسية هذا الأخير الذي لا يمثل موضوعا سياسيا فحسب ، بل يصور موضوعا مكتمل الجوانب حيث أنه موضوع سياسي اجتماعي و إعلامي ... الخ .

* أيضا زاوية الدراسة التي اهتم بها الموضوع هذا الأخير الذي يسلط الضوء على تقنيات الإعلام الإقناعية تكسيه أهمية كبيرة.إذ أن هذه الزاوية لم تدرس من قبل الدراسات السابقة التي اهتمت بمجال

الإعلام والمشاركة السياسية، بل فقط بالجمهور وقياس درجة تأثير وسائل الاتصال و الإعلام عليه(دراسة الجمهور فحسب).

* توقف أهمية البحث أيضا على أهمية الظاهرة التي يتم دراستها و على قيمتها العلمية و النتائج التي ستحققها و التي يمكن أن تفيدنا في اكتشاف حقائق نستطيع الاستناد إليها في إثبات حقيقة أمر ما أو جعلها منطلقا لدراسات و بحوث قادمة.

* كما تبع أهمية البحث أيضا فيما قد تكشفه الدراسة من حقائق حول هذه العلاقة فمن الصعب الحديث عن تعزيز النظام السياسي في أي مجتمع من المجتمعات دون الحديث عن أساليبه وتقنياته التي تسمح بانتشاره ليصبح العامل الحاسم الذي يعكس نفسه في سلوك المواطن (الناخبين) و المحکام (المرشحين).

ويعد الموضوع سبيلا ووسيلة للتعرف على مايلي:

- أهم أساليب و تقنيات الإعلام في تسويقه للمعلومات ، والأفكار ، والرموز السياسية(التسويق السياسي عبر وسائل الإعلام المرئية خاصة) من أجل التأثير في المشاركة السياسية.

- معرفة السمات الديموغرافية و الخصائص الاجتماعية للناخبين كمستهلكين سياسيين، و للمرشحين كфواعل في صنع و اتخاذ القرار السياسي.

- محاولة معرفة درجة تقبل الناخب الجزائري لفكرة المشاركة السياسية.

- محاولة توفير مرجع علمي هام وجديد و مختلف عن المراجع السابقة التي تمس هذا الموضوع الذي يربط الإعلام بعنصر فعال وحساس من عناصر العملية السياسية، أو السوق السياسي ألا وهو المشاركة السياسية التي تعتبر نسبتها المرتفعة مقياسا، أو معيار نجاح التسويق السياسي وبذلك نجاح عمل وسائل الإعلام الإقناعي، وذلك للإستفادة منه مستقبلا في دراسات كل من علوم الإعلام، والعلوم السياسية، والسيميولوجيا أيضا.

3) أسباب اختيار الموضوع:

أولا: الأسباب الموضوعية:

*حديث الشارع أو الجدل الذي أثاره إعلان وسائل الإعلام عن إرتفاع نسبة المشاركة السياسية(الانتخابية) لرئاسيات 2009 إلى 82%.

*فوز الرئيس بوتفليقة بأغلبية ساحقة على منافسيه الأربع بنسبة ما يقارب 95% وهي نسبة نادراً ما يتحصل عليها مرشح في انتخابات رئاسية. خاصة في الجزائر، باعتباره بلد ينتقل تدريجياً من نظام الحزب الواحد إلى النظام الليبرالي (تعدد الأحزاب)، وفي الأنظمة الليبرالية التي تعمل وفقاً للنظام السياسي الديمقراطي عموماً.

*الموضوع قد يكون عبارة عن مرجع هام يساهم في إثراء مكتبة الإعلام والإتصال نظراً للمواضيع التي تضمنها في كل من مجالات الإعلام ، والسياسة ، و السيميولوجيا. حيث يستطيع أن يهتدى إليه، أو يقتدي به كل من طلبة الإعلام، وطلبة العلوم السياسية، وطلبة الأدب.

ثانياً: الأسباب الذاتية:

*الرغبة في التعمق في خفايا وأساليب الإقناع التي تنتهجها وسائل الإعلام و مختلف الأجهزة ومؤسسات المجتمع المدني الأخرى في الإقناع مثلاً الأحزاب السياسية.

*الوقوف عند معرفة مدى تحكم وسائل الإعلام في نجاح أو فشل برامج سياسية ومرشحين سياسيين.

*كشف طبيعة العلاقة التي تربط الإعلام بالسياسة، وخاصة تلك التي تربط بين الإعلام والسياسة والسيميولوجيا.

4) إشكالية البحث:

لطالما كانت علاقة الشعب بالسلطة علاقة ولاء أو عبودية، وقد كان كل ما يسن من قوانين ، أو أنظمة سياسية بمثابة أوامر لا نقاش فيها من قبل الشعب، إذ أن هذا الأخير لم يكن يملك صلاحية الرد، أو التدخل أو النقد، و الطعن ، لأن شؤون الدولة ملك لأعضاء الحكومة و أصحاب السلطة والقرار، إلا انه مؤخراً لاحظنا أن الأمر قد اخذ يتغير تدريجياً خاصة بعد ظهور وتطور وسائل الإعلام وبداية تدخلها في شؤون الحكم وبجالاتها المتالية تاريخياً لنقد أنظمة الحكم حتى أصبح للشعب نصيب في القرار السياسي وذلك عن طريق أساليب عدة من بينها الانتخاب ومشاركته في شؤونه وشؤون دولته السياسية وهكذا تعاقبت الحملات الانتخابية عبر العالم بغض النظر عن شكلها أو نوعها سواء كانت رئاسية أو تشريعية أو بلدية، أو ببلدية، أو حول مشروع سياسي معين... الخ.

والجزائر ككل دول العالم تأثرت بهذا التغيير ، أو التطور السياسي ، وبدأ نظامها ينفتح على الديمقراطية في جميع الميادين، بداية بوسائل الإعلام ، وانتهاء عند النظام السياسي الذي سعى جاهدة

على إصلاحه وذلك نظراً لكونها قد شهدت مدة زمنية جديرة بالذكر ، حملات انتخابية مختلفة كطريق لاستشارة الشعب، وإعطائه حقه في المشاركة في الأمور السياسية لدولته ووطنه وحياته الخاصة، والتاريخ ينقل لنا ذلك لمدة تزيد عن خمسة عقود أي منذ الاستقلال إلى غاية اليوم، وكثيراً ما لاحظنا مصاحبة وسائل الإعلام للمشاريع الانتخابية والأنظمة السياسية، والخطابات السياسية.

وغير بعيد عن الآن عرفت الجزائر حدث انتخابي أثار الجدل على مستوى الساحة السياسية والإجتماعية والإعلامية ، الجزائرية ، والدولية على حد سواء ، وقد خصصت له ميزانية ضخمة، وعرفت صراعاً جديراً بالذكر، كما خصصت لها دعاية سياسية و إعلامية في جميع وسائل الإعلام، وهي الإنتخابات الرئاسية التي تمت بين ستة مرشحين معروفين على الساحة السياسية الجزائرية وعلى رأسهم رئيس الجمهورية السيد "عبد العزيز بوتفليقة"، هذا الأخير الذي فاز في هذه الرئاسيات بالأغلبية الساحقة حيث وصلت نسبة الأصوات الموجهة لصالحه إلى ما يقارب 94% من إجمالي المشاركات ، كما ارتفعت نسبة المشاركة الانتخابية إلى 82% وهو رقم قياسي مقارنة بسابقاتها، وهذا ما أثار لدينا التساؤل التالي:

هل للإعلام المرئي دور في التأثير على المشاركة السياسية؟ وما هي أساليب واستراتيجيات وسائل الإعلام المرئي (السمعي البصري) للتأثير على المشاركة السياسية لدى الأفراد؟

وقد تفرعت عن الإشكالية الأسئلة التالية:

* ما هي أسباب ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009؟ * هل للتلفزيون دور في تحقيق هذه النسبة أم أن هناك آليات أخرى ساهمت في ذلك؟

* و ما هي أهم أساليبها في المشاركة السياسية عامة و في المشاركة الانتخابية خصوصاً (في الجزائر كنموذج)؟

وما هو سبب ارتفاع نسبة التصويت على الرئيس بوتفليقة مقارنة بمنافسيه الستة؟

5) فرضيات الدراسة:

وبناء على الإشكالية والأسئلة المتفرعة عنها ، نقوم بصياغة الفرضيات التالية:

* - توجد علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام المرئي والمشاركة السياسية.

* - تتعدد أساليب الإعلام المرئي في التأثير على المشاركة السياسية بين الأساليب السياسية البحتة، الإعلامية الاتصالية ، و الشخصية.

* - قد يرجع ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009 إلى التركيز الكبير على وسائل الإعلام المرئية خاصة التلفزيون.

٦) تبرير خطة البحث:

لقد قسمنا البحث إلى ثلات فصول، بالإضافة إلى مقدمة تتضمن التعريف بالموضوع ، أهمية الموضوع،أسباب اختيار الموضوع ، وأهداف الدراسة ، إشكالية البحث، فرضيات الدراسة، تبرير خطة البحث، المقاربة المنهجية،الدراسات السابقة، المفاهيم المركزية للدراسة، حيث قمنا بضبط كل من: (الإعلام، الإعلام المائي، المشاركة السياسية، الخطاب، والسيميولوجيا)، بالإضافة إلى الصعوبات.

و تضمن الفصل الأول المعنون بـ "الإعلام وعلاقته بالاتصال و السياسة" مبحثين،الأول يتناول ماهية الإعلام، و الذي تضمن بدوره سبع مطالب، وهي: أنواع الإعلام، وظائف الإعلام، خصائص الإعلام،أهمية الإعلام،نماذج الإعلام،أساليب الإعلام،دور الإعلام في القديم،والثاني الإعلام والسياسة، وقد تألف أيضاً من سبعة مباحث هي: الإعلام والاتصال السياسي، الإعلام والرأي العام، الإعلام والتسويق السياسي، الإعلام والنظام السياسي،الإعلام والخطاب السياسي، الإعلام والإقناع والتأثير،الإعلام و العولمة من منظور سياسي.

أما الفصل الثاني الموسوم بـ "الإعلام المائي والمشاركة السياسية" فهو يعتبر فصل نظري . حيث أنه يعد جوهر الدراسة،تضمن مبحثين، أما الأول، فهو الإعلام المائي،وفيه مطلبين:هما ماهية التلفزيون، والتلفزيون الجزائري، والمبحث الثاني الذي يتناول المشاركة السياسية،يتألف من ثماني ، وهي: مطلب(ماهية المشاركة السياسية،المشاركة السياسية والتنمية،المشاركة السياسية في الإسلام،دور الشباب في المشاركة السياسية،المشاركة السياسية والتنمية، المشاركة الانتخابية،واقع المشاركة السياسية،أدوار الإعلام في مجال المشاركة السياسية).

وإلى جانب ذلك،كان الفصل الثالث والأخير الفصل التطبيقي للدراسة،بعنوان "تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009" ، و قد احترنا فيه خطابين كعينة للدراسة والتحليل، وهما كل من خطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة الذي ألقاه في ولاية بشار كإحدى ولايات الجنوب، والخطاب الذي ألقاه في ولاية باتنة،باعتبارها ولاية من ولايات الشرق الجزائري، وقد عالجنا كل خطاب من عدة مستويات للتحليل وهي:المستوى الشكلي الذي قمنا فيه بالتعريف بهوية الخطاب والخطيب،و المستوى الصرفي،والمستوى التركيبي،والمستوى الدلالي،ثم المستوى التداولي،ثم المستوى الصوتي ،وأخيرا المستوى المائي أو التمثيلي.

ثم الخاتمة التي كانت حوصلة لما استنتجناه من خلال دراستنا هذه، وختصر لأهم النتائج ، إجابة عن الإشكالية ، ونفي أو تأكيد فرضيات الدراسة.

لدراسة هذا الموضوع علمياً والتحقق من جدواه وفائدة العلمية تناولنا ثلاثة فصول ، حيث في الفصل الأول وهو الفصل المنهجي للدراسة: الأدوات والتقنيات المستخدمة في الدراسة، والمقاربة المنهجية، والدراسات السابقة، ثم تحديد المفاهيم المركزية للموضوع، أما في الفصل الثاني والذي سميته ماهية الإعلام والذى سنحدد فيه التعريف والخصائص والوظائف إلى جانب الإعلام في عصر العولمة ومميزاته ووظائفه ، ثم نربط الإعلام مع أحد مجالاته الحيوية ، وهو السياسة ثم نحدد علاقة الإعلام بالإتصال السياسي، ثم ننتقل إلى الفصل الثالث والذي أردنا عنونته "الإعلام والمشاركة السياسية وهنَا تكمن بؤرة الإهتمام الرئيسية التي تجسّد الموضوع هذا الأخير الذي أردنا أن ندرس فيه علاقة وسائل الإعلام بالمشاركة السياسية حيث قسمناه إلى أربعة مباحث الأول تحت عنوان ماهية المشاركة السياسية، والثاني المشاركة الانتخابية كأهم صورة من صور المشاركة السياسية ، أما المبحث الثالث فأردنا فيه معرفة واقع المشاركة السياسية من خلال رصدها في الأنظمة الديمقراطية ثم في الدول النامية ثم في الجزائر ، وهي البيئة التي يدور فيها وحولها الموضوع أساسا ، وأخيرا في المبحث الرابع ربطنا الإعلام بالسوق السياسية الذي تمثل المشاركة السياسية مقاييساً أو معياراً لنجاح تفاعل عناصره ، وذلك عن طريق التطرق إلى الإعلام والرأي العام، ثم الإعلام والتسويق السياسي، ثم الإعلام الانتخابي وأنما الإعلام والخطاب السياسي.

ولإختبار الجانب النظري واعياً وعلمياً تناولنا في الفصل الرابع والأخير وهو الفصل التطبيقي التحليل السيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة خلال حملته الانتخابية لرئاسيات 2009 كأدلة لجمع البيانات، والذي ركزنا عليه في موضوعنا هذا على عكس كل الدراسات التي ركزت على دراسة الجمهور .

7) المقاربة المنهجية:

يسعى كل باحث من خلال دراسته إلى التحقق من صحة وبطلان الفروض التي وضعها وذلك للوصول إلى تحقيق الأهداف التي جاء من أجلها البحث أو الموضوع المدروس، متبعاً في ذلك منهجاً ملائماً بطبيعة الحال لهذا البحث أو هذه الدراسة ، ومساعداً على تحقيق هذه الأهداف العلمية البحثية البحثة، وككل البحوث الأخرى المماثلة والتي تصب في هذا المجال أو التخصص (مجال الإعلام والاتصال مربوطاً بالسياسة والسيميولوجيا) هذا الأخير الذي أصبح يرمو إلى الارتقاء إلى درجة أو مكانة العلوم الأخرى ، نظراً للدور الذي أصبح يلعبه في تفسير مختلف اللغات والإشارات والتصرفات إن صح

التعبير مهمًا كان نوعها أو حجمها ، ومهما كانت تبدو بديهية أو اعتباطية إلا أن هذا العلم الحديث أصبح يعطي لها من التفسير ما يجعلنا نعيد النظر في اعتقاداتنا). تحتاج إلى منهج أو إلى خطوات وطرق منهجية حتى تصل إلى الوضوح والتفصير والإكمال.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية حيث أنها تعتمد أساساً على منهج التحليل السيميولوجي للإلام والإحاطة بكل جوانب الظاهرة ومعرفة تفاصيلها الدقيقة ، وهذا الأخير تم استخدامه كمنهج (مقاربة منهجية) وكأداة في نفس الوقت لجمع البيانات الكمية والكيفية الخاصة بالظاهرة المدروسة "المشاركة السياسية وواقعها في الجزائر ، دور الإعلام المرئي في التأثير عليها" ، وهي ليست مجرد وصف وبيان ملامح الظاهرة أو المشكلة التي يتناولها الباحث بالدراسة في بحثه، بمعنى أنها ليست مجرد وصف سطحي لهذه الظاهرة، ولكن هي عبارة عن غوص تام وشامل في تفاصيل هذه الظاهرة ، وذلك للخروج بما هو جاد ونافع لمعالجتها و لكشف الستار على خباياها وما يرتبط بها لمعرفة أسبابها الحقيقية، والمتغيرات المتعلقة بها.

وباعتبار أن أي دراسة تتطلب منهجاً أو مجموعة مناهج خاصة بها ، لتحقيق نجاحها ودققتها المطلوبة ، ذلك أن كل موضوع له من المميزات والخصائص ما يجعله مخالفًا لأقرانه من المواضيع ، وبالتالي فإن الإختلاف في الخصائص يحدد دوره الإختلاف في المناهج ، وهنا في دراستنا هذه إستخدمنا منهج التحليل السيميولوجي أو كما يسميه البعض المنهج السيميولوجي ، وذلك من خلال تحليل مجموعة من الخطابات تلك التي تخص الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال حملته الانتخابية 2009،

منهج التحليل السيميولوجي:

إن طبيعة الدراسة تقتضي الإعتماد على التحليل السيميولوجي التي تقوم على مفهوم النسق *Système* ، الآنية *Signe* ، والدليل *Synchronie* ، وبهذا الثالوث ترتبط هذه المقاربة، أو المنهج الذي يعتبر من أهم طرق البحث الكيفي *Méthodes d'études qualitative* بالإرث البنوي الذي إنعمته مختلف العلوم الإنسانية (الإثنروبولوجيا، علم النفس، السوسيولوجيا، الأدب... إلخ) في الوصول إلى نتائج علمية لم تكن لتبلغها لولا إعتماد هذا المنهج العلمي ، وبهذا السياق المرجعي يكون التحليل السيميائي أفضل نهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في الأنساق الدلالية ، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق ، ثم يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهماً أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق الثقافي.

ولأن المهد من بحثنا هذا هو تحليل خطابات الرئيس بوتفليقة السياسية(الانتخابية) في مرحلة معينة وهي رئاسيات 2009 ، أي تحليل القوالب التعبيرية والعناصر الدالة (صورة وصوت)، وإيماءات

وإشارات، ورموز، وذلك من أجل إبراز الوظيفة الاتصالية ، والاجتماعية ، وخاصة الإقناعية منها، لهذه الرسالة، فبهذا رأينا أن التحليل السيميومي هو أنساب منهج يفي ويتحقق هذا الغرض، والذي هو الغوص في استراتيجيات الإقناع، وكشف خبایاها ، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أن الخطاب السياسي التلفزيوني هو من أكثر الرسائل التي تحمل الرموز والدلائل.

و تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة هامة جداً، ذلك أنها تمكن الباحث من الوصول إلى النتائج وتقيمها ، وكذلك الإجابة على تساؤلات البحث فقد يكتفي الباحث بأداة كما يمكنه استخدام عدد من هذه الأدوات.

وحسب طبيعة دراستنا وجدنا أنها تحتاج وترتبط بالأدوات التالية:

١ الملاحظة:

تعد الملاحظة من بين التقنيات المستعملة خاصة في الدراسة الميدانية لأنها الأداة التي تجعل الباحث أكثر اتصالا بالبحوث ، والملاحظة العلمية تمثل طريقة منهجة يقوم بها الباحث بدقة تامة وفق قواعد محددة للكشف عن تفاصيل الظواهر ، و لمعرفة العلاقات التي تربط بين عناصرها ، وتعتمد الملاحظة على قيام الباحث بمشاهدة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث ، أو الحقل ، أو المختبر، وتسجيل ملاحظاته ، وتحمييعها أو الاستعana بالآلات (السمعية البصرية).

وهي من أهم الوسائل التي يتعلّمها الباحثون لجمع المعلومات والحقائق من الميدان ، وهي تسمح للباحث بالاطلاع على مختلف الظروف للمكان الذي ينحصر فيه البحث، ويمكن ملاحظة سلوكيات علاقات وتفاعلات المبحوثين.

وفي دراستنا للإعلام المرئي والمشاركة السياسية استعنا بالملاحظة المباشرة من خلال ترقبنا لطبيعة المشاركة السياسية في الجزائر، الذي ينحصر في ثلات أنواع أما التصويت الموسي (الظري) في الانتخابات، أو في متابعة الأخبار والموضوعات السياسية، أو الانعزal و الابتعاد عن السياسة نهائيا، وكذا اعتماد الجمهور الجزائري بالدرجة الأولى على التلفزيون كوسيلة للتزوّد بالمعلومات السياسية خاصة بالنسبة لفئة الكهؤل ، خاصة ترقب نشرة أخبار الثامنة وهي النشرة الرئيسية في الجزائر، أما بالنسبة للوسائل المستعملة أيضا في الملاحظة فهي الاسطوانات السمعية البصرية التي تحوي خطابات الرئيس بوتفليقة للحملة الانتخابية باعتبار أن الانتخابات كانت قد فاتت الفترة التي حددت لعرض الخطابات الانتخابية في التلفزيون، وهذا بسبب مرور الانتخابات.

لقد تم إستخدام التحليل السيميومي كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، والمراد التحصل عليها في هذا البحث، من خلال وضع إستماراة منظمة ومحددة، وثم القيام بملئها بالمعلومات المستخلصة

من مشاهدة الخطابات الخاصة بالرئيس عبد العزيز بوتفليقة وفقاً لمنهجية معينة، وقد قسناً إستماراً التحليلي السيميولوجي إلى ثلاث مستويات:

1- المستوى اللغوي: والذي سنحاول معرفة في هذا المستوى التركيب اللغوي للخطابات السياسية للسيد عبد العزيز بوتفليقة، ودلالة الوحدات اللغوية بعزل عن الصوت والصورة.

2- المستوى الصوتي: و سندرس فيه نوعية الصوت ومستواه، والعوامل التي تتحكم فيه... إلخ.

3- المستوى المرئي أو التمثيلي: من خلال دراسة الألوان، الحركات، الإشارات، الرموز، لقطات التصوير، ثبوت وحركة الكاميرا... إلخ.

و يلحا الباحث في دراسته إلى تحديد مجتمع البحث لتحقيق نتائج الدراسة و تعميمها على كل مفرداته.

ومن خلال اعتمادنا على المنهج السيميولوجي وتحليل خطابات الرئيس بوتفليقة فمجتمع البحث الذي تنطبق عليه هذه الدراسة هو مجموع الخطابات السياسية الذي قدمها الرئيس بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009، التي تناولناها بالوصف والتحليل معتمدين في ذلك على منهج التحليل السيميولوجي الذي يكشف ما وراء اللغة والرموز والعلامات والإشارات.

وكل بحث يحتاج إلى عينة يجري عليها الباحث دراسته ، ويحصر فيها نطاق نشاطه البحثي، ويحصل من خلالها على البيانات والمعلومات الضرورية لدراسته، والقيام بعميم نتائجها على مجتمع الدراسة ، أو المجتمع ككل .

والعينة التي طبقنا عليها دراستنا هذه هي العينة الغرضية أو القصدية، حيث أخترنا خطابين من مجموع الخطابات الخاصة بحملة الرئيس بوتفليقة الانتخابية 2009، وهما خطابي ولاية باتنة وولاية بشار، وقمنا بتحليلهما سيميولوجيا، وقد اخترنا هذا الخطابان بشكل مقصود نظراً لما فيهما من دلالات لغوية وتمثيلية، كما أنهما يختلفان من ناحية التنظيم، والجو الخطابي، وفي عناصر كثيرة، مما يبين لنا أهم الفروق بينهما، غير أن الخطابين يشتراكان في العديد من الخصائص، فقد ألقى كل منهما في الولايات الجزائر، الجنوب والشرق، كما أنهما لنفس الخطيب، ويشترك جمهور الخطابين في جميع الخصائص والسمات، وقد اخترنا خطاب باتنة على وجه الخصوص ضمن عينتنا باعتبار أن الدراسة تنتهي إلى جامعة باتنة وهي تعني بهذا الخطاب.

ويعتبر تحديد مجالات الدراسة من الخطوات الأساسية والهامа في البناء المنهجي ، لأنه يساعد على إسقاط الجانب النظري على الجانب الميداني، كما يؤرخ للدراسة، وتشير كلمة مجال إلى المكان أو

المنطقة الجغرافية التي أجريت فيها الدراسة، كما تشير إلى الناس وتفاعلاتهم وعلاقتهم، وأيضاً إلى الزمن الذي يوجد فيه هؤلاء الناس الذين يتواجدون في بيئة محددة ، أو منطقة جغرافية معينة.

1) المجال المكاني:

لقد تم إجراء هذه الدراسة الميدانية في الجزائر، وهذا من خلال تحليل الخطابات السمعية البصرية للرئيس عبد العزيز بوتفليقة الانتخابية، فالدراسة إذن طبقت على حالة وهي الانتخابات في الجزائر وعلاقتها بالإعلام المرئي.

واختيارنا لتحليل هذه الخطابات في الجزائر تحديدا ، والخاصة بالرئيس بوتفليقة لم يأتي اعتباطيا بل لأسباب أهمها:

- نسبة المشاركة السياسية المرتفعة التي لم تعهد لها الجزائر، والتي ساحتها انتخابات الرئاسة الأخيرة في الجزائر .

- نسبة التصويت الجد كبيرة على شخص الرئيس بوتفليقة كمرشح حر، والتساؤل عن أسبابها.

2) المجال الزماني:

يتحدد المجال الزماني منذ التفكير في مشكلة البحث أو الدراسة، وينتهي عند كتابة تقرير البحث والتوصل إلى النتائج العامة بعد الإجراءات الميدانية لمحاولة اختبار فرضيات الدراسة في الواقع، ومن هنا سنلخص المراحل الأساسية التي مررت بها دراستنا والتي تتمثل في ثلاث مراحل أساسية:

المراحل الأولى:

وهي المراحل التي تم فيها اختيار الموضوع من قبل الباحث، وقبوله من قبل قاعدة البيانات.

المراحل الثانية:

وهي المراحل التي تم فيها إعداد مشروع البحث الأولي والتي تمت من 01/12/2010 إلى غاية 15/12/2010.

المراحل الثالثة:

وفي هذه المراحل تم إعداد مشروع البحث النهائي بكماله، وهي أطول مرحلة، والتي امتدت منذ شهر نوفمبر 2009، إلى غاية 22 نوفمبر 2010.

3) المجال البشري:

عند القيام بأي بحث علمي لابد من وجود مجتمع يعرف بال المجال البشري لتطبيق الدراسة عليه، ولكي يصل الباحث إلى نتائج واقعية ، وموضوعية لابد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا دقيقا وواضحا. ولكن في حالتنا هذه أو في الدراسة التي قمنا بإجرائها يغيب شيء يسمى مجتمع الدراسة، أو

المجتمع البشري، فنظراً للمنهج الذي سرنا وفقه، والأدلة التي طبقناها ، والمتمثلة في التحليل السيميولوجي، نحن بهذا تناولنا شخص واحد فقط وهو الرئيس عبد العزيز بوتفليقة. قمنا بتحليل خطاباته سيميولوجيا

8) الأدبيات والدراسات السابقة:

1. الأدبيات:

1) مفهوم الإعلام المرئي:

الإعلام المرئي فهو نقل و إطلاق المعلومات والأخبار والأراء والحقائق إلى الجمهور عبر وسائل الإعلام المرئية مثل التلفزيون والانترنت ... الخ.

2) مفهوم المشاركة السياسية:

ويرى الكثير من علماء السياسة والمهتمين بعلم الاجتماع السياسي أنها (تلك المجموعة من الممارسات التي يقوم بها المواطنون، أو بها يضغطون بغية الإشتراك في صنع وتنفيذ ومراقبة تنفيذ، وتقدير القرار السياسي إشتراكاً خالياً من الضغط الذي قد تمارسه السلطة عليهم) وهذا يعني أن للمواطن حقاً ودوراً يمارسه في عملية صنع القرارات، ومراقبة تنفيذها ، وتقديرها بعد صدورها فهي إذن مساهمة الفرد في أحد الأنشطة السياسية التي تؤثر في عملية صنع القرار و إتخاذة، والتي تشمل التعبير عن رأيه في قضية عامة، والعضوية الحزبية، والإنسجام المؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني أو التعاون معها، والترشيح في الانتخابات، وتولي أي من المناصب التنفيذية والتشريعية.

3) مفهوم السيميولوجيا:

هناك عدة تعريفات لهذا العلم ، من بينها أنه "نظام لشبكة من العلامات النظمية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئه معينة" ، أو " دراسة الأنماط و الأنماط العلامات غير اللسانية" ، أو "علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها" ، وهو باختصار "علم خاص بالعلامات." .
يهدف علم السيمياء أو السيميولوجيا إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علامات .

4) مفهوم الخطاب:

هو فعل حيوي لغوي يتطلب مؤثراً(قائل الخطاب)، متأثراً(المستمع، المشاهد، القارئ)، وقصدًا أو هدفًا.

2. الدراسات السابقة:

الدراسة 01:

الدراسة عبارة عن رسالة دكتوراه أُنجزت في مصر، موضوعها هو : "إستخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية" ، وقد وردت هذه الدراسة في كتاب بسيوني إبراهيم حمادة "دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام"

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية ، والتي اقتضت من الباحث مناقشة النتائج الأساسية لأثر وسائل الإعلام في توسيع وتعزيز المشاركة السياسية ، والمناهج المتتبعة لفحص هذه العلاقة ، وتحليل مفهوم المشاركة السياسية نظرياً وإجرائياً ، وقد تمت الإجابة على أسئلة البحث وفرضه فقد تمت من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري ، وتبقي أهمية قراءة الواقع خاصة ما يتعلق بنتائج انتخابات المجالس التشريعية كمؤشر للمشاركة السياسية وأداة تفسيرية لهذا البحث.

وقد تضمنت الدراسة تساؤلات وفرض:

1/ التساؤلات:

* ما مستوي المشاركة السياسية لدى مجتمع الدراسة؟ وما نوعية الأنشطة السياسية الأكثر شيوعاً؟ وإلى أي مدى تتفق أو تختلف أنشطة المشاركة السياسية مع رؤية "ميلبرث" لهرم المشاركة؟

* ما إتجاه مجتمع الدراسة نحو المشاركة السياسي؟

* ما مستوي المعرفة السياسية لدى مجتمع الدراسة؟

2/ الفروض:

1. لا توجد علاقة إرتباطية بين إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية.

2. لا توجد علاقة إرتباطية بين إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام ومستوى المعرفة السياسية.

3. لا توجد علاقة إرتباطية بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وإتجاهه نحو المشاركة السياسية.

4. توجد علاقة إرتباطية ضعيفة بين المستوى الاقتصادي للجمهور ومشاركته السياسية.

5. هناك علاقة إرتباطية إيجابية بين إتجاه الجمهور نحو المشاركة السياسية وسلوك المشاركة نفسه.

وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة بلغ قوامها 516 مفردة بعد إستبعاد الحالات

غير المكتملة ، وقد روّعي في اختيار العينة بعض المعايير الأساسية أهمها:

*بلغ المبحوث سن 18 كحد أدنى وهو السن اللازم لمشاركته في العملية السياسية والانتخابات.

*قدرة المبحوث على القراءة والكتابة للدرجة التي تسمح له بمتابعة وسائل الإعلام وفهم محتواها(الجرائد والمجلات).

*ارتفاع مستوىهم الاجتماعي والإقتصادي نسبيا.

و جمعت الدراسة في خريف 1994 في محافظي الإسماعيلية والدقهلية وعلى وجه الخصوص في مدیني الإسماعيلية والمنصورة.

كما جمعت بيانات الدراسة عن طريق إستماراة بحث بالمقابلة الشخصية بين الباحث والمبحوث.

وقد إنتهت الدراسة بالنتائج التالية:

. أنشطة المشاركة الإنتخابية في مجتمع الدراسة ن=506.

. إنتخابات مجلس الشعب أو الشورى 26%

. الإستفتاء على رئاسة الجمهورية 25%

. إنتخابات النقابات المهنية 20%

. المجالس المحلية 18%

. إنتخابات الأندية 18%

. إنتخابات خاصة(جمعيات وتحمّلات خاصة) 6%

. إنخفاض المستوى العام للمشاركة الإنتخابية ، إذ لم تتعذر ربع مجتمع الدراسة، وهو ما يعني أن ثلاثة أرباع المجتمع لم يشارك في صياغة مستقبله السياسي والإجتماعي ، وأنه غير مكترث بما يحدث.

. متوسط المشاركة السياسية والخاصة بالإنتخابات في مستوىها 21% في حين أن متوسط المشاركة السياسية للأنشطة الخمس الخاصة بالدعائية الإنتخابية والترشح في الإنتخابات ... إلخ = 13.8% أي

أن حجم الأنشطة في قاعدة الهرم أوسع منها في متصرفه أو قمته وأنه كلما زاد الوقت والجهد والتكلفة التي يتطلبها تنفيذ النشاط قل الإقبال.

. تتسم أنشطة المشاركة بطابع تراكمي ، فالمشارك في نشاط أعلى الهرم من البديهي أن يكون مشاركا في أسفل الهرم ، ومن الواضح أن هناك علاقة بين نسبة المترشحين للأحزاب وهي 14% وجموعة أخرى من الأنشطة السياسية.

. يستبعد الإستعداد للإنتماء الحزبي عند حساب متوسط المشاركة السياسية بإعتباره إتحادا لا سلوكا ، هناك فجوة بين الإستعداد للإنتماء الحزبي وبين العضوية كسلوك وهي 24% وهي نسبة عالية وتتيح الفرصة أمام الأحزاب لتحويل هذا الإستعداد النفسي إلى الممارسة.

. الإتجاه إيجابي نسبيا نحو المشاركة كقيمة سياسية إلا أن ذلك لا ينفي إرتفاع نسبة الإتجاه السلبي نحو الإنتماء الحزبي 66%.

. طور الباحث مقياسا للتعرف على مستوى المعرفة السياسية لدى مجتمع الدراسة يتكون من تسعه أسئلة تتضمن 12 معلومة وهي:

ما وظيفة مجلس الشعب؟

ما وظيفة مجلس الشورى؟

ما عدد الوزراء؟

ما عدد سكان مصر؟

ما عدد المحافظات؟

ما إسم وزير الخارجية؟

ما أسماء الأحزاب السياسية؟

ما إسم المحافظ؟

ما إسم رئيس المجلس المحلي؟

يتضح من نتائج مقياس المعرفة السياسية الذي يحتوي على إجابات المبحوثين حول الأسئلة

السابقة أن:

أكثر من ربع العينة لا يعرف سوى معلوماتين فقط، على الرغم من أنها من أبسط المعلومات السياسية كما أن بعضها ذو طبيعة محلية لا يوجد فرد واحد في عينة الدراسة لديه معلومات كاملة، أو شبه كاملة 55% من المبحوثين تتراوح معلوماتهم ما بين معلوماتين أو ثلاثة أو أربع، بصفة عامة كلما إقتربنا من الدرجات الدنيا في المقياس زادت نسبة المبحوثين ونقل هذه النسبة كلما إتجهنا نحو قمة المقياس فهناك 8% فقط تتراوح معلوماتهم ما بين ثمانية إلى إحدى عشر معلومة يمكن القول أن مستوى المعرفة السياسية يتسم بالضالة والتدني، إذا وسائل الإعلام لم تؤد دورها في نشر المعلومات السياسية على النحو المرغوب حيث أن مجتمع الدراسة متعلم.

الجرائد الأكثر قراءة عند مجتمع الدراسة هي الأهرام والأخبار بنسب متقابلة.

إهتمامات القراءة: الموضوعات السياسية الرياضية، الموضوعات الاجتماعية، جرائم وحوادث بنسب متفاوتة أكثرها الموضوعات السياسية الرياضية.

إهتمامات المشاهدة:

الأخبار السياسية 33%，أفلام عربية ومسلسلات رياضية 25%，برامج دينية 18%.

محطات الإذاعة التي يقبل عليها أكثرية المبحوثين:

الشرق الأوسط 47%， البرنامج العام 25%， القرآن الكريم 13%.

السمات العامة للسلوك الإتصال بمجتمع الدراسة:

- يأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يقبل عليها المبحوث.

- تأتي الجرائد في المرتبة الثانية.

- يحتلadio المرتبة الثالثة بين الوسائل التي يستخدمها المبحوثين.

- تحتل المجالات المرتبة الرابعة والأخيرة بين الوسائل الإعلامية المستخدمة من طرف المبحوثين.

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: أثبتت نتائج الدراسة صحة هذا الفرض إذ أن قوة الإرتباط بين المتغيرين أقرب إلى الصفر

وكان سيران المتغيرين في إتجاهات مستقلة عن بعضهما البعض.

الفرض الثاني: تقبل الدراسة الفرض هذا الفرض، فنتيجة الإرتباط بين المتغيرين 0.08 وهو غير ذي جدوى إحصائي وهذا يعني أن وسائل الإعلام لم تستطع أن ترفع من المعلومات السياسية لدى القراء والمستمعين والمشاهدين ، لم تمارس دورا يذكر في تحقيق الوعي السياسي الذي يسمح له بأن يشارك في السياسة بفعالية ومزيدا من الإمعان.

الفرض الثالث: تقبل الدرس هذا الفرض بقوة فالإرتباط بين المتغيرين 0.02 وهو إرتباط غایة في الضعف وأقرب إلى غياب العلاقة كما أنه ليس ذو معنى إحصائي. وبين ذلك أن إفتقار الجمهور للمعلومات السياسية أدى إلى إفتقاره إلى إتجاهات نحو المشاركة السياسية.

الفرض الرابع: النتائج السابقة تؤكد عدم صحة الفرض الرابع والقائل بوجود علاقة إرتباطية ضعيفة فقد إتضح أن المكانة الاقتصادية والاجتماعية ذات أثر في المشاركة السياسية.

الفرض الخامس: تشير نتائج الدراسة إلى صحة هذا الفرض وهو ذو معنى إحصائي ولعل قيمته الحقيقة تكمن في أمرتين الأولى أنه يؤكّد وجود علاقة إتساق بين الإتجاه والسلوك ويسمّهم بذلك في تدعيم النظريات التي ذهبت إلى القول بعلاقة ايجابية بين الإتجاه والسلوك، والثانية أن هناك إمكانية لزيادة المشاركة السياسية إذ استطاعت وسائل الإعلام أن تبني إتجاهها إيجابيا نحو ممارسة السياسية.

خلاصة القول أن هذه الدراسة تقبل ثلاثة فروض تؤكّد في مجملها غياب الدور وفقدان الفعالية لوسائل الإعلام المصرية في علاقتها بالمشاركة السياسية ، وإن كانت تعترف بأثر مؤشرات المكانة الاقتصادية

و الإجتماعية في تفسير المشاركة السياسية المحدودة في مصر ، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة تلك النتيجة القائلة بإيجابية العلاقة بين الإتجاه والسلوك المتعلق بالمشاركة السياسية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في موضوع بحثنا ، من خلال الجانب النظري ، واستخلاص مفهوم المشاركة السياسية ، ومعرفة أهم أشكال ، و صور المشاركة السياسية المختلفة. وأيضا استطعنا من خلالها معرفة أهم النتائج ومقارنتها مع نتائج دراستنا هذه، حيث أن الدراستين تختلفان من حيث الجانب أو الزاوية التي درست من خلالها الموضوع، فهذه الدراسة درست موضوع المشاركة السياسية من جانب الجمهور المتأثر بوسائل الإعلام، وقياس درجة تأثير وسائل الإعلام، أما دراستنا فقد أرادت دراسة موضوع المشاركة السياسية وتأثير وسائل الإعلام المرئي عليها انطلاقا من معرفة إستراتيجيات وطرق التأثير التي يتخذها العنصر المؤثر.

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أمور كما تختلف عنها في أمور أخرى، فقد وجدنا أنها منها تكاد تتطابق، حيث أن الباحث اعتمد على فرضيات و تساؤلات فرعية، وتساؤل رئيسي و هو الحال بالنسبة لدراستنا هذه، أما فيما يخص أوجه الاختلاف بين هاتين الدراستين فنذكر على سبيل المثال:أداة جمع البيانات والتي تمثلت في الإستماراة الإستبيانية، ونوعية النتائج المتحصل عليها بحكم الجانب المدروس والأداة، و الاختلاف في الوسط حيز الدراسة، إضافة إلى مجتمع البحث، و نوعية المبحوثين فهذه الدراسة المبحوث هو شخص في مقابل دراستنا ، المبحوث فيها محتوى (خطاب).

الدراسة 02:

لقد تحدث الدكتور ثروت مكي عن موضوعا الإعلام والسياسة، بل خصص كتابا لهذا المجال، وقد عنون هذا الكتاب بـ"الإعلام والسياسة (وسائل الاتصال في المشاركة السياسية)".

وتتمثل مشكلة الدراسة في تحليل العلاقات بين المشاركة السياسية باعتبارها إحدى عوامل التنمية، ووسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها إحدى أدوات هذه العملية وكيفية التفاعل بينهما و العوامل المحددة لهذا التفاعل مع دراسة حالة للخبرة المصرية من عام 1952 حتى عام 198.

ويرتبط الإطار النظري لهذه الدراسة بنظريات التنمية السياسية والاجتماعية، وعلى الأخص في جانبها المتعلق بالمشاركة السياسية.

وقد اعتبر الباحث المشاركة السياسية على أنها أزمة من أزمات الدول النامية تستحق الدراسة ، وأشار إلى أهمية وسائل الاتصال الجماهيري في التأثير على المشاركة السياسية باعتبارها تؤثر على الرأي العام بشكل عام.

وقد سعت الدراسة إلى الإجابة إلى عدة أسئلة أهمها:

- 1 ما هي العوامل التي تؤثر في فاعلية المشاركة السياسية في الدول النامية؟
- 2 ما هي العوامل التي تتوقف عليها فاعلية وسائل الاتصال الجماهيري؟
- 3 كيف يمكن تفسير العلاقة بين فاعلية وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية؟
- 4 هل أثر اختلاف توجهات النظام السياسي القائم في مصر في دور وسائل الاتصال الجماهيري؟
- 5 هل اختلفت فاعلية المشاركة السياسية في المجتمع المصري وفقاً للمفهوم السائد للديمقراطية ومدى انحياز السياسات الاجتماعية؟

وللإجابة على الأسئلة السابقة تحدثت الدراسة على المواضيع التالية:

- 1 الإتصال الجماهيري في الدول النامية.
- 2 المشاركة السياسية في الدول النامية.
- 3 العلاقة بين وسائل الإتصال الجماهيري والمشاركة السياسية.
- 4 وسائل الإتصال الجماهيري في مصر 1952 - 1981.
- 5 المشاركة السياسية في مصر 1952 - 1981.
- 6 وسائل الإتصال الجماهيري والمشاركة السياسية في مصر.

وبهذا خلصت الدراسة إلى نتائج تم تلخيصها في ثلاثة قضايا أساسية.

القضية 01: تناول العلاقة بين أدوات الإتصال الجماهيري والمشاركة السياسية:

توقف أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال الجماهيري على طبيعة العلاقة بينها وبين النظمين الاجتماعي والسياسي، فالعملية الإعلامية هي نتائج بناء اقتصادي – اجتماعي في مرحلة من مراحل التطور الإنساني والعلاقة بين العملتين السياسية والاتصالية علاقة جوهرية على نحو مميز فلو كان عالم السياسة يقوم على القوة أو مستند إلى الشرعية أو مبني على المشاركة السياسية ، فلا بد من وجود وسائل الاتصال لنقل رسائله إلى الجمهور المستهدف، والتعبير عن قيمه ومارساته ، وبصفة عامة فإن من يملك وسائل الاتصال في النظم السياسية المعاصرة يؤثر و يوجه إذ لم يسيطر مباشرة على السلطة حيث أن الإمكانيات التكنولوجية الهائلة وفرت قدرات جبارة لصناعة الفكر وتوجيه الكلمة وتدفق المعلومات وانسياب الآراء. وتؤدي الآثار المتربطة على عملية التنمية من ارتفاع مستويات التعليم والتحضر، والتصنيع والمكانة إلى زيادة إعداد الراغبين في المشاركة في العملية السياسية وارتفاع مستوى تطلعات الجماهير.

القضية الثانية: تتعلق بخصائص السياسة الإعلامية في مصر

أن الإعلام كمهنة وصناعة يشكل جزءاً أساسياً من تركيبة المجتمع يتفاعل مع التطور السياسي والاجتماعي والاقتصادي في المجتمع ويغير عنه، ولعل إصدار ثورة يوليو قانون تنظيم الصحافة في 1960 على سبيل المثال يعبر عن اتساقها مع نفسها وانسجامها مع توجهاتها السياسية ، واحتياراتها الاقتصادية والاجتماعية، أرادت تصدير وتأمين أدوات الإنتاج الرئيسية وإحداث تغييرات جذرية في المجتمع ومن ثم أمنت وسائل الاتصال لاحتاجها إلى جهاز إعلامي يواكب للتحولات التي تحدث... الخ.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الأداء الإعلامي خلال فترة الدراسة قد اتسم بما يلي:

- سيادة تقدير مغالي فيه لقوة وسائل الاتصال الجماهيري في دعم أهداف التغيير ومواجهة عقبات التنمية.
- الاتساق الجديد في التعبير عن قيم واتجاهات النخبة الحاكمة.
- اختلاف أولويات العمل الإعلامي من مرحلة إلى أخرى وفقاً لأهداف كل مرحلة.
- إحكام سيطرة الدولة على وسائل الاتصال الجماهيري بأساليب متعددة...
- كثرة التعديل والتبديل و التغيير في هيكل المؤسسات الإعلامية وقيادتها مع ارتفاع عدد العسكريين داخل هذه المؤسسات.
- سيطرة النشاط التلفيهي على المضامين الإعلامية.
- سيطرة قيم واتجاهات الشرائح العليا والمتوسطة على الرسائل الإعلامية والتركيز على المناطق الحضرية ...

أما القضية الثالثة فتتمثل في علاقة الاتصال الجماهيري بالمشاركة السياسية في مصر ، وهي لب وجوهه الدراسة. فإذا كان توسيع نطاق المشاركة السياسية يتطلب نشر ثقافة سياسية موالية وجود إحساس لدى الفرد بفاعلية قنوات المشاركة فإن التجربة المصرية تشير إلى أنه رغم توفر قنوات المشاركة فإنه من الصعب الجزم بوجود إحساس عام بفاعليتها ذلك أن النظام اهتم بالتعبئة وغلب عليه مفهوم البيروقراطية والأمن، وقد أدت آليات السيطرة والتوجيه على وسائل الإعلام إلى اهتمام الممارسة الإعلامية بالجوانب السياسية والتحرك في دائرة تسليط الضوء على الحكام كما أدى سعي السلطة للسيطرة الكاملة على مصادر المعلومات وعدم السماح للمواطن بتلقي المعلومات إلا ما تسمح به أهدافها، والاستخدام المكثف لوسائل الاتصال الجماهيري في اتجاه واحد إلى أن صار الشأن العام مسؤولية السلطة. وعلى مستوى الجماعة عكست وسائل الاتصال الجماهيري درجة

عالية من التأييد لبرامج وسياسات النظام وأشخاصه كما تشير الخبرة المصرية إلى تراجع الدور التشييفي والتنويري لوسائل الاتصال الجماهيري لحساب الدعاية السياسية التي غطت طبقاً لتقديرات البعض أكثر من 50% من مساحة الوسائل الاتصالية المطبوعة. وعلى مستوى النظام السياسي ككل أكَدت دراسة المجتمع المصري أن وسائل الإتصال قد حاولت أن تكون مصدر للمعلومات عن المؤسسات السياسية وبنائها وتطويرها إلا أن العوامل المختلفة قد تضافرت لتقلل من أثر هذا الدور في فاعلية المشاركة السياسية، كما أن دور وسائل الاتصال الجماهيري في التعبير عن المصالح وتجمِعها لم يتضح حيث لم تسمع النخبة الحاكمة لهذه الوسائل بالتعبير عنها إلا فيما يحقق أهدافها.

وقد استندنا إلى هذه النتائج لخواصة معرفة مدى مطابقتها على أرض الواقع في بلد آخر وهو الجزائر، وفي ظروف سياسية واجتماعية مختلفة، وذلك عن طريق أداة مختلفة وهي المقارنة السيميولوجية، فالدراسة المصرية تناولت الموضوع من جانب آخر وهذا عن طريق الإستبيان، في حين قمنا نحن بدراسة موضوعنا الذي يصب في نفس المجال بطريقة مغايرة ، وذلك باستعمال التحليل السيميولوجي كأداة لجمع البيانات، ونظراً لكون كلاً الموضوعين يرصدان نفس المدف ويدرسان نفس العلاقة بين وسائل الإعلام والمشاركة السياسية ، فمن البديهي أن تساعدننا الدراسة في بناء دراستنا ، ومحاولة تجاوز الأخطاء التي وقع فيها صاحبها، فقد ساعدتنا الدراسة في عملية بناء الفروض و تأسيس الأسئلة الفرعية ، كما أفادتنا كثيراً بالنسبة للمحتوى النظري للموضوع. حيث وجدنا أمور كثيرة متشابهة.

الفصل الأول

الإعلام وعلاقته بالاتصال والسياسة

المبحث الأول: مفهوم الإعلام

■ **المطلب الأول: تعريف الإعلام**

■ **المطلب الثاني: خصائص الإعلام**

■ **المطلب الثالث: وظائف الإعلام**

■ **المطلب الرابع: أنواع الإعلام**

■ **المطلب الخامس: أهمية الإعلام**

■ **المطلب السادس: نماذج الإعلام**

الفرع الأول: الإعلام الدعائي

الفرع الثاني: الإعلام التضليلي

الفرع الثالث: الإعلام الموضوعي

الفرع الرابع: الإعلام الثقافي

الفرع الخامس: الإعلام الخارجي

الفرع السادس: الإعلام الخارجي

■ **المطلب السابع: دور الإعلام في الماضي والحاضر**

■ **المطلب الثامن: أساليب الإعلام**

الفرع الأول: أسلوب المتابعة والتكرار

الفرع الثاني: أسلوب الصمت والتجاهل

الفرع الثالث: أسلوب التسلسل وتحويل الانتباه

الفرع الرابع: أسلوب الإثارة وتحريك العواطف

الفرع الخامس: أسلوب بيان الحقيقة والمصارحة

الفرع السادس: الأسلوب المتكامل

الفرع السابع: أسلوب الإرهاب

المبحث الثاني: الإعلام والسياسة

- **المطلب الأول: الإعلام والاتصال السياسي**
- **المطلب الثاني: الإعلام والرأي العام**
- **المطلب الثالث: الإعلام والنظام السياسي**
- **المطلب الرابع: الإعلام والتسويق السياسي**
- **المطلب الخامس: الإعلام والخطاب السياسي**
- **المطلب السادس: الإعلام والإقناع والتأثير**
- **المطلب السابع: الإعلام و العولمة**

إن العلاقة بين الإعلام والسياسة هي علاقة ارتباطية ، فحيث توجد السياسة، لابد من وجود الإعلام ، إذن لا سياسة دون إعلام ، و لا إعلام بدون سياسة ، وقد يرى البعض أن هذا لا يصدق

على هذا العصر الذي نعيش فيه، و الذي يعرف بعصر الإعلام والمعلومات والاتصالات ، غير أن الحقيقة بخلاف ذلك ، فالتاريخ يقدم لنا الأدلة الواضحة على صدق هذه الفكرة ، بحيث أنه اذا كان لكل عصر من العصور قضياء الرئيسية التي يتمحور حولها فكره، و تختتم بها سياسته، فكذلك يوجد الإعلام الذي يعبر عن قضياء كل عصر وسياسته ، ولا نغالي عندما نقول بأن الإعلام يمكن أن يقدم مادة علمية ثرية كاشفة للعديد من جوانب العمليات السياسية المختلفة، و التي تحدث في شتى المجتمعات الإنسانية، الأمر الذي يؤدي إلى اثراء الأفراد والمجتمعات بالمعرفة السياسية.¹

المبحث الأول: مفهوم الإعلام

المطلب الأول: تعريف الإعلام

إن المفهوم العام المتفق عليه يرى أن الإعلام هو عملية يتم من خلالها نقل المعلومات ونشرها و من هذا التعريف فإنه يمكن القول أن هذه العملية قد وجدت منذ القدم ، منذ آدم أو منذ تكون المجتمع البشري وهي العملية التي يحصل بها العلم ويتم بها التعارف بين الناس .

وينطلق فيها التطور البشري ، ولقد انتظمت هذه العملية ، وأصبحت تتم في تنظيم إجتماعي معين نذكر فيه العائلة والمدرسة، ثم ظهور وسائل الإعلام الجديدة التي طفت على الوسائل الأخرى المتمثلة في (الصحافة والإذاعة والتلفزيون) والتي نعبر عنها في بعض الأحيان بالاعلام (إختصاراً (كرطبة) ويمكن القول أن مفهوم الاعلام يشمل شيئين متلازمين ، من جهة عملية نقل المعلومات ومن جهة أخرى هي الوسائل العصرية لعملية نقل المعلومات بمعنى الكلمة كرمز في معناها إلى الرسالة (المضمون الإعلام) كما ترمز في الوقت نفسه إلى الوسيلة (التلفزيون والإذاعة والصحف).²

الفرع الأول: المفهوم اللغوي:

جاء في لسان العرب: علم وفقه، أي تعلم وتفقه، وتعلمه الجميع أي علموه، ويقال استعلم لي فلان واعلمني إياه، قوله عزوجل " وما يعلمان من احد حتى يقولا إنما نحن فتنة فلا تكفر" (البقرة، 102)، أي أن الملوكين بعد إعلام الناس بتحريم السحر يؤمران باجتنابه بعد الإعلام وذكر ابن الأعرابي انه فالتعلم بمعنى اعلم ... فهذا يعني يعلمان، إنما يعلمان ، ولا يكونا تعليم السحر إذا كان إعلاماً كفرا ، ويجوز أن تقول علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته³

¹ محمد سعد أبو عامود، الإعلام و السياسة في عالم متغير، الإسكندرية : دار الفكر الجامعي، 2009، ص.5.

² انظر: زهير احدادن، (شخصيات وموافق تاريخية)، ص 195.

³ ابن منظور، لسان العرب، 871، عن عيساني رحيمة، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، باتنة ، مطبوعات الكتاب والحكمة ط 2007، 1، ص 22.

وورد في قاموس المحيط: "علمه كسمعه علما (بكسر) وعرفه وعلم هو نفسه، ورجل عالم وعلیم جمعها علماء، وعلام كجهال، وعلمه العلم تعليما وعلاما،...واعلمه إيه فتعلمته".⁴

وقد قال الراغب : الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع ، والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتکثیر، وحين يحصل منه اثر في نفس المتعلم، ولهذا قال يعقوب : إذا قيل لك اعلم كذا ، قلت قد علمت وإذا قيل لك تعلم لم تقل قد تعلمت.⁵

وهو التبليغ : ويقال بلغت القوم بлагаً أي أوصلتهم الشيء المطلوب ، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، والإعلام بمعناه الواسع والشائع: هو نقل الأخبار ونشر الحقائق والمعلومات الدقيقة بهدف الإقناع.⁶

الفرع الثاني: المفهوم الاصطلاحي:

يعرف الإعلام على أنه: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير".⁷

ويتصل معنى الإعلام بالأخبار والأنباء والحوادث العريضة ، ولا يتضمن المعنى اللغوي أكثر من الأنباء، والإظهار والإبراز ،فيكون من هذه الجهة أكثر اتصالا بالأحداث واشد تعلقا بالصفة،لا سيما المعاصرة.

ويقرب معنى الإعلام اللغوي تعريفه الاصطلاحي، وقد تنوّعت التعريف لمفهوم الإعلام وتعده فيها:⁸

1. أنه فن استقصاء الأنباء الآتية ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تنتجها وسائل الإعلام الحديثة.

2. يقصد به تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتفاع بمستوى الرأي ، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتعبير والجدل المنطقي.

3. يعني الإعلام تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية والصحيحة الواضحة.

4. وهو أيضاً التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحهم وميولهم واتجاههم في الوقت نفسه.

⁴ الفيروز ابادي،قاموس المحيط(بيروت) المؤسسة العربية ، ط2، [د.س.ن]، ص155.

⁵ يوسف محى الدين أبو هلاله، الإعلام(نشأته،أساليبه،وسائله،ما يؤثر فيه)،مكتبة الرسالة الحديثة،الأردن،ط1987،1،ص5.

⁶ ثورت مكي، الإعلام والسياسة(وسائل الاتصال والمشاركة السياسية)،علم الكتب،ص20.

⁷ المرجع نفسه، ص21.

5. والإعلام هو تلك العملية التي يتربّع عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعقولهم وعواطفهم السامية ، والإرتقاء بمستوى الرأي ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتعبير والجدل المنطقي .

6. ويقدم "أوتوجروت" ottogroth تعريفاً للإعلام يقول فيه أن الإعلام التعبير الموضوعي للجماهير لروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت فالإعلام تعبير موضوعي وليس ذاتي وقد يحمل الإعلام معنى الإختيار أو الإنقاء من بين عدة إحتمالات ممكنة لموقف من الموقف وذلك لعدد من الحقائق المتصلة بكل احتمال من الإحتمالات ، ويترك للعقل الإنساني حرية الإختيار والمواضعة، كذلك قد يكون الإعلام ذا مضمون وصفي ، وذلك عندما يجذب الموقف إلى جزئيات ليعطي الإنسان أكبر قدر ممكن من التفصيل الدقيق لمكونات الموقف حتى يراه كاملاً ، وبوضوح هو ما نسميه بالاعلام البنائي structural ، أما الصور الأولى من الإعلام فينطبق عليها إسم الإعلام القياسي matrial .

والدلول اللغوي أو المعنى السائد لكلمة إعلام هو التعبير العملي لتكوين المعرفة ، والإطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محیطة ، وفي كل مرفق من مرافق حياته ، وفي كل ركن من أركان طموحة، وهمومه وحاجاته .

وإن القوى التي تمارس عملية التكوين هي جميع الوسائل والأجهزة ، والواجهات والفعاليات البشرية والفنية والمادية، والإعلامية التي ترتكز عليها عملية التكوين.

و الإعلام عملية دينامية تهدف إلى توعية وتثقيف و تعليم و إقناع مختلف فئات الجماهير ، التي تستقبل مواده المختلفة ، وتتابع برامجها وفقراته، ويجب أن تكون هناك فكرة محددة تدور حول معنى معين، يهدف مرسليها إلى توصيلها إلى تلك الجماهير .

ويعتبر الإعلام أحد العمليات الاجتماعية التي تؤثر في المجتمع المعاصر من خلال وسائله المختلفة، وقد ساعد ذلك على سهولة إنفاق مواده المختلفة وخاصة المرسلة من وسائل الإتصال الجماهيري التي تدخل كل بيت تقريراً، ويستقبلها أغلبية أفراد المجتمع، ويتأثرون بها ،أي أنماط الإعلام المختلفة وقواته الحديثة.

وقد عرفه عبد اللطيف حمزة : " بأنه تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو

⁹ الحقيقة الواضحة".

⁹ عبد اللطيف حمزة، الإعلام ، تاريخه ومذاهبه، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965، ص 23.

كما عرفه سمير حسين: " بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات عن القضايا والمواضيع والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية".¹⁰

وقد جاء في قاموس الإعلام والإتصال على أنه كافة أوجه النشاط الإتصالي التي تهدف إلى نشر الأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة ، بين الناس قصد تثقيفهم وتنمية وعيهم السياسي والإجتماعي ، وتكوين الرأي الصائب لديهم.

ويمكن تعريف الإعلام أيضا على أنه : "تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل ، ثم تتواتي مراحلها بتجمیع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها، تحريرها، ثم نشرها وإطلاقها وإرسالها عبر صحفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة ... الخ، إلى طرف معني بها وبهتم بوثائقها.

ويعرفه "إدوارد كوين" على أنه عملية إستطلاع وتفاعل مع البيئة المحيطة المتاحة للإتصال، والتي تشكل الصوت . والأذان لمعرفة ما يدور حولنا.

و يقصد بالإعلام نقل الأخبار والمعلومات الجديدة التي تهم الجمهور في وقت معين ، فإذا لم يكن الخبر مستكملا لعناصره الفنية من حيث الدقة والحالية والأهمية فإنه يفقد قيمته الإعلامية ، بل ترتيب الخبر في النشرة الإخبارية في الإذاعة أو التلفزيون أو في صفحة الأخبار والمساحة أو الوقت الذي يعطي له . وغير ذلك من وسائل الإبراز أو الإخفاء يعتبر مؤشرا للدلالة على النشر ما زال في دائرة الإعلام ، أو أنه انتقل إلى دائرة التأثير المقصود الذي يميز الدعاية من الإعلام عامل أساسى في الدعاية، فلكي تنجح الدعاية فلا بد أن تستند إلى واقع سياسى واقتصادى ، وذلك لا بد أن تم الجمهور بالمعلومات والأنباء ، وبعد ذلك أو من خلاله تسعى إلى التأثير المنشود .

فيما نهي الإعلام إن المفهوم العام المتفق عليه يرى أن الإعلام فهو عملية يتم من خلالها نقل المعلومات ونشرها وانطلاق من خلالها نقل المعلومات ونشرها وانطلاق من هذا التعريف فإنه يمكن القول أن هذه العملية قد وجدت منذ القدم ، منذ آدم أو منذ تكون المجتمع البشري وهي العملية التي يحصل بها العلم ويتم بها التعارف بين الناس .

¹⁰ سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، عالم الكتب، 1984، ص 22.

ويتصل معنى الإعلام بالإخبار والأنباء والحوادث العربية ، ولا يتضمن المعنى اللغوي أكثر من الأنباء، والإظهار والإبراز، فيكون من هذه الجهة أكثر اتصالا بالأحداث واشد تعلقا بالصفة، لا سيما المعاصرة.

وليس هناك تعريف محدد لمفهوم الإعلام أو العمل الإعلامي يسبب اتساع مفهومه وتدخله مع الكثير من مجالات النشاط الإنساني وال العلاقات الإنسانية بمختلف أنواعها، ولهذا يصعب تحديد لفظة الإعلام بسبب اختلاف مناهجه، وتعدد أدواره وتبين مذاهب الباحثين فيه.¹¹

المفهوم الإجرائي:

هو نقل مختلف المواضيع والقضايا والمعلومات والأخبار إلى مختلف الجماهير عبر وسائل متنوعة تسمى وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري.

المطلب الثاني: خصائص الإعلام:¹²

❖ الإعلام نشاط إتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الإتصالي ومكوناته الأساسية

وهي: مصدر المعلومات، الرسائل الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل الرسائل ، جمهور المتلقين أو المستقبليين للمادة الإعلامية ، وترجيع الأثر الإعلامي (الصدى).

❖ يتسم الإعلام بالصدق والموضوعية والصراحة ، وعرض الحقائق الثابتة ، والأخبار الصحيحة دون تحريف ، أو تزييف باعتباره البث المسموع ، او المرئي ، او المكتوب للأحداث الواقعية.

❖ يتتصف الإعلام أيضا بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ، وروحها ، وميولها ، واتجاهاتها، وليس نشاطا ذاتيا يتأثر بشخصية الإعلاميين القائمين بالنشاط الإعلامي.

❖ يسعى الإعلام إلى محاربة التحيزات ، والخرافات ، والعمل على تنوير الأذهان، وتشقيف العقول.

❖ يهدف الإعلام إلى الشرح والتبسيط ، والتوضيح للحقائق والواقع.

❖ يترتب على الجهد الموضوعية تأثير فعلي في عقلية الجمهور ، ومستويات تفكيره، وإدراكه كما يؤدي ذلك إلى أحداث اليقظة ، والنمو والتكييف الحضاري في المجتمع.

¹¹ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، ط1، 2006، ص26.

¹² عاطف عدلي العبد، الإتصال والرأي العام (الأسس النظرية والإسهامات العربية)، القاهرة :دار الفكر العربي، 1993، ص 16-17.

❖ يتأثر الرأي العام تأثرا إيجابيا بالجهود الإعلامية ، حيث تسعى هذه الجهد عن طريق مخاطبة العقول ، والعواطف السامية للجمهور إلى تنوير الرأي العام ، وتشفيه ، وحشده ، والإرتقاء به .

❖ تزداد أهمية الإعلام كلما زاد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدنية، وارتفع المستوى التعليمي ، والثقافي ، والفكري لأفراد المجتمع.

وهناك من يدرج خصائص الإعلام طبقا لخصائص و مميزات وسائله المختلفة من إذاعة ، وصحف ، وتلفزيون ... إلخ . والتي هي كالتالي:

الفرع الأول: خصائص الصحافة:

تمتاز الصحافة عن غيرها من الوسائل الإعلامية بأنها الوحيدة التي تسمح للقاريء أن يسيطر على الظروف التي يتعرض لها ، وتحتاج له الفرصة بأن يقرأها أكثر من مرة بمعنى معاودة الإستعمال ، كما أنها تسمح أكثر من الوسائل الأخرى بتطوير الموضوع ، في أي طول ، وبأي تعقيد تظهر الحاجة إليه ، كما أن الأمور التي تحتاج إلى أعمال فكر ، وإحالة نظر يكون نشرها في الصحفية أفضل من وسائل الإعلام الأخرى.¹³

كما أن المواقف ، أو المقالات والأخبار التي تنشر عبر الصحف تشجع القاريء لأن يستعمل مقدراته الذهنية الخاصة في إستكمال تخيل أو تصور ما يحيط بذلك الموضوع ، وما يدور حوله من تفاصيل عكس الوسائل الأخرى التي تقتل في المتلقى التخيل ، و إعادة بناء الواقع بطريقته الخاصة.

الفرع الثاني: خصائص المجلة:

المجلة تشبه الصحفة إلا أنها تنفرد بخصائص ومميزات أخرى من بينها أنها توفر للقاريء الوقت الكافي لأن يتعقب في المواقف ذلك أنها لا تموت بسرعة كالصحفية التي تموت لحظة صدورها وب مجرد قرائتها للوهلة الأولى ، كما أن المجلة تنقل مواقف ذات أهمية كبيرة نظراً لوقت الذي تمتلكه ، فهي تستغل هذا الوقت في جمع أكبر قدر ممكن من التفاصيل ، والحقائق الحقيقة بالموضوع المدروس ، ولا يخفى علينا ما للمجلة من تأثير في الرأي العام ، علاوة على أن هذه الأخيرة متعددة فهناك السياسية ، والعسكرية ، والنسائية ، الرياضية ، والتجارية... ، كما أن لأي مؤسسة الحق في إصدار مجلة خاصة بها سواء كانت حكومية أو خاصة .

الفرع الثالث: خصائص الراديو:

¹³ يوسف محى الدين أبو هلال، الإعلام(نشأته،أساليبه،وسائله،まいؤثر فيه)، الأردن: مكتبة الرسالة الحديثة، ط1، 1987، ص36.

الراديو له مكانة قوية في العالم المعاصر ، فبالرغم من الوسائل التي لحقته إلا أن مكانته بقيت محفوظة بين هذا الخضم من الوسائل الإعلامية التكنولوجية الحديثة، وذلك نظراً للميزات ، والخصائص التي تمتلكها هذه الوسيلة فالموجات الأثيرية تستطيع الوصول إلى أكبر عدد من السكان ، وحتى إلى خارج إطار البلدان ، أو حدودها ، كما أنها وسيلة تسليمة وإمتناع لا يمكن الإستغناء عنها في السياسات والخلافات ، وفي العديد من الأماكن ، وهي أيضاً وسيلة إعلام وإخبار معتبرة، كما أنها تناطح الجمهور العام بغض النظر عن مستوى الثقافي والعلمي، حيث ب مجرد تحريك الزر يعمل الجهاز ويتمكن المستمع من الحصول على ما يريد من مواضيع أو أخبار، على عكس الصحيفة والمجلة التي تحتاج إلى قدر معين من التعليم حتى يتم استعمالها. خاصية أخرى تميز الإذاعة هي كونها توزع المحتوى الإعلامي مجاناً.

الفرع الرابع: خصائص التلفزيون:

وهو من أحدث وسائل الاعلام الجماهيرية، وأهم ما يختص به التلفزيون وما يميزه عن باقي الوسائل الإعلامية هو أنه ينقل الخبر ، أو الحدث بالصورة المتحركة والصوت أي نقل الواقع كما هو، الأمر الذي يضفي على أخبار أو موضوعاته ، أو تغطياته المختلفة الموضوعية والمصداقية ، فهو من خلال رصده للأحداث يستطيع النيابة على كل الوسائل الأخرى . إلا أنه لا يشجع المشاهد على التخييل ، أو التفسير والتعمق في تفاصيل الموضوع لأنه موجود بمحاذيره.

المطلب الثالث: أهمية الإعلام:

بعد تقسيم العلم والمعرفة ، وتطبيق النظريات العلمية – وخاصة بعد تقسيم التكنولوجيا في معظم نواحي الحياة- أصبحت المنظمات والمؤسسات والهيئات تدار على أسس علمية ، ونظم حديثة حتى تستوعب التكنولوجيا والتقدم ، وازدهار تطبيق مبادئ حقوق الإنسان ، الأمر الذي جعل الفرد يحكم على تصرفات القادة، و يوافق على استمرارهم في مكانتهم ، أو إسقاطهم، و اختيار أصلح عناصر مكانتهم تحقيقاً لإشباع تطلعاتهم إلى حياة أفضل.¹⁴

وما زاد تقدم المجتمع أصبح الإعلام أكثر وأشد وجود التعاون ، والتفاهم بين الجماهير ، والهيئات المختلفة ، وبين هذه الهيئات والأخرى الموجودة في المجتمع ، لتحقيق هذا التفاهم لابد أن يفهم أفراد المجتمع ما يجري من أحداث ليصدروا أحكامهم ، ومن ثم تأتي أهمية وجود معلومات لديهم من الدقة والكفاية، حيث تمكنهم من إصدار أحكام يتربّ عليها تقدم المجتمع.¹⁵

¹⁴ خيري خليل الجميلي، مرجع سبق ذكره، ص 174.

¹⁵ المرجع نفسه.

وتقوم وسائل الإعلام في العصر الحديث على مساعدة الأفراد في فهم البيئة التي يعيشون فيها ، ويقدم الإعلام المعلومات الجديدة حول مشاكل الساعة .

و تستخدم وسائل الإعلام عادة في زيادة الشعور بالإنتماء إلى أمة واحدة ، وبدون ذلك الشعور بالإنتماء لا تستطيع أي دولة أن تخترق الحاجز الاقتصادي بدون مساعدة الدول الأخرى ، فيجب أن تعمل الدول العربية على تنمية الولاء القومي علاوة على الولاء المحلي لها .

وأن يدرك المواطنون مصلحتهم المشتركة وفائدة عملهم متعاونين من أجل تحقيق الأهداف المنشودة وتعمل وسائل الإعلام الحديثة على تحقيق ذلك عن طريق إعلام الجماهير في نفس الدولة عن بعضهم البعض وتمكنهم من التعاون في جماعات ومؤسسات يشتراكون فيها بصرف النظر عن عائلاتهم أو روابطهم الجنسية وتوفير معلومات واحدة لجميع أفراد الشعب واهتمامات معينة يركزان عليها . كما ينتشر الاحساس بالشخصية القومية بين الجماهير التي كانت تركز ولاءها في الماضي على الجماعة المحلية فقط . فدخول وسائل الإعلام الحديثة المجتمعات التي كانت تعتمد في الماضي على الاتصال الشفوي التقليدي هو العامل الأساسي الذي عمل على تحطيم العزلة التقليدية في مختلف المجتمعات فهذه التأمل يجعل نظم الاتصال (المحلية) مثل المحدثات العفوية والسوق والمجتمعات الأسرية والحكومة المحلية تكتم بالأمور القومية .

وإذا كان هناك قيادة ملائمة سينمو الإحساس بالإنتماء إلى أمة واحدة ، وبرامج الإعلام المحلية في الدول العربية حاليا تكرس اهتماما كبيرا بالمادة ذات المضمون الوطني ، أو بالوسائل الإعلامية التي تساعد على ربط مختلف شعوبها بعضهم بعض والحكومة .

فالدول التي يتكلم مواطنوها لغة واحدة قادرة على استخدام وسائل الإعلام بشكل أكثر فاعلية في غرس الشعور القومي وذلك أكثر من الدول التي يستخدم مواطنوها لغات محلية مختلفة ، والظاهرة الأولى تسود العالم العربي في منظمة .

المطلب الرابع: وظائف الإعلام:

يجتمع علماء الإعلام والإجتماع في الغرب على أن الوظيفة الإخبارية للإعلام الجماهيري تعد وظيفة ، أو مسألة بديهية غير خاضعة للنقاش ، كون أن هذه الوظيفة نشأ من أجلها الإعلام ، ووسائله بأنواعها، فهي إذن وظيفة لا يمكن أن نتصور وسيلة إعلام لا تمارسها ، أو تعمل على تحقيقها، إذ أن هذه الأخيرة بمثابة حجر الزاوية ، والأساس لهذه الوسائل لهذا النوع من النشاط.

فهذه الوظيفة تحمل موقعاً مركزاً في النشاط الإعلامي لأي مجتمع حر وديمقراطي.¹⁶
ويسمى "هارولد لاسوويل" الوظيفة الإخبارية وظيفة رصد المحيط التي تضطلع بها مجموعة تحرى
في الوسط السياسي للدولة.

ويصف "جان ستويتسيل" الوظيفة الإخبارية بأنها وظيفة مركبة يتيح الإعلام من خلالها الإتصال
داخل مجتمع بالتناغم مع مؤسسات عديدة أخرى عبر نشر المعلومات.¹⁷

ويرى "مالكوم ويلى" أن إحدى أهم وظائف الإعلام هي تزويد المتلقى بالأخبار ، والمعلومات
الخام ، وفي مستهل لوحة "تشارلز رايت" المؤلفة من إثني عشر عنصراً ، وال المتعلقة بالتحليل الوظيفي
لنظام الإتصال الجماهيري الفرعي داخل النظام الاجتماعي الكلي ، والتي استند رايت في إعدادها إلى
مفهوم "روبرت ميرتون" حول وظائف الإعلام الظاهرة والكامنة ، و حول الخلل الوظيفي بحد الوظيفة
الإخبارية التي يصفها رايت بأنها وظيفة رصد الأخبار للإتصال الجماهيري القائمة على اصطفاء
المعلومات المحلية ، والوطنية ، والدولية ، وصياغتها ، ونشرها.¹⁸

ويقول "فرنسيس بال" أن المعلومات التي يبثها الإعلام الجماهيري تزود المجتمع بوسائل تجعله
قادراً على إكتشاف ذاته، وتتوفر إمكانية أن يغير الإنسان نفسه بنفسه، وأن يغير المجتمع نفسه
بنفسه، ويشير "بال إتلبي" أن الوظيفة الإخبارية تجعل الخيارات المتعلقة بالمصير الاجتماعي أكثر
وضوحاً، وتحل الحلول للوصول إلى هذه الخيارات أكثر فعالية وأقل غموضاً.

وهكذا فإن الوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية
وظائف أخرى إنطلاقاً من المعلومات التي يتيح تعيمها ، ويضمن تجواها في المجتمع ، ويرتكز إلى
معطياتها ليمارس التأثير والإقناع.¹⁹

وتتمثل الوظيفة الإخبارية في جمع مختلف المعلومات وتخزينها ومعالجتها ونشرها(أنباء،
معلومات، صور، آراء، تعليقات).²⁰

وتعتبر وظيفة بناء العلاقة بين مختلف عناصر المجتمع التي يطرحها "تشارلز رايت" في لوحته
الخاصة بالتحليل الوظيفي من أهم الوظائف الاجتماعية للإعلام الجماهيري ، فهذا كما يقول "بيير

¹⁶ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دمشق : دار الفكر ، بيروت: دار الفكر المعاصر ، ط1، 2002 ، ص33.

¹⁷ المرجع نفسه.

¹⁸ المرجع نفسه، ص34.

¹⁹ المرجع نفسه.

²⁰ فضيل دليو، تاريخ وسائل الإتصال، دار أقطاب الفكر، ط3، 2007، ص30.

"البيت" تفتح حوار مع العالم وتكسر عزلة الأفراد ، وتساعد على انتشار القيم السياسية ، وتشترك في تفعيل الحياة الإجتماعية ، وتسهم في تنظيم ردود الأفعال ، وتوازنها، وتحلص الضمير الجماعي.²¹ وهذه الوظيفة كما يرى "جان ستويتسيل" تتحقق الإنتماء الإجتماعي للأفراد والمجتمعات، ويطرح "لازارسفيلد" ، "وميرتون" وظيفة أخرى ترثى أهمية خاصة في المجتمعات الراهنة، فهي تتحلى بقيام الإعلام الإجتماعي بتقوية الضبط الإجتماعي تجاه الأفراد ، وفرض المعيار الأخلاقي.²² وذلك من خلال شن حملات إعلامية مكثفة تفضح سلوكهم المنحرف ، ذلك أن الأفعال التي خرق بها هؤلاء الأفراد الأنظمة والقوانين قد تكون معروفة لقطاعات واسعة في المجتمع من خلال شبكة الإتصال المباشر والشخصي ، ولكن إنشاء تلك الأفعال وتعديها عبر وسائل الإعلام تخلق شروطاً إجتماعية ، ونفسية تلزم أغليبية أعضاء المجتمع بوجوب التعبير عن إدانة صريحة لهذا الخرق ، وضرورة استتاب القواعد الأخلاقية العامة.²³

ويبرز بعض علماء الإجتماعية وظيفة أخرى يختص بها الإعلام ، وتمثل في تعليم الثقافة، وترتبط بنقل الإرث الإجتماعي والثقافي من جيل لآخر، فالإعلام الجماهيري يعمم الثقافة الجماهيرية ويسهم في إحياء التراث ، ونشر الموروث الإجتماعي عبر الأجيال ، مستخدماً معاجلات وتقنيات تستجيب لخصائصه وآليات إنتاجه ، وطبيعة متوجهاته.

ويقدم "كازنوف" نظرية خاصة في مجال وظائف الإعلام ، يعتقد أن المجتمع الإنساني محكم عليه بأن ينظم العلاقات القائمة بين الإنسان وبين الشرط الإنساني، ومحكم عليه أيضاً بأن ينظم العلاقات بين الشرط الإنساني وبين اللامشروط.²⁴

يقول "كازنوف" أن الطقوس والأساطير كانت تؤدي هذه المهمة في المجتمع التقليدي حيث كانت تقدم حلاً لحاجات البشر المتناقضة، في توقهم إلى الخروج من شرطهم ، وفي رغبتهم في الإنغلاق داخل هذا الشرط، أما اليوم فإن الإعلام الجماهيري هو الذي يقوم بهذه المهمة في المجتمعات المعاصرة عبر وسائل ينقلها تحتوي عناصر ملتقة بالواقع ومتصلة بالخيال في اللحظة نفسها، وإن بنسبة متغيرة، ولهذا فإن التمييز بين عناصر الواقع وعنابر الخيال تغدو حسب "كازنوف" تمييزاً مصطلياً منذ اللحظة التي تفرض فيها وظيفة الإعلام الجماهير بهذه ، محتفظاً في الوقت نفسه بصلة وثيقة مع هذا الواقع ،

²¹ فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 34.

²² المرجع نفسه، ص 35.

²³ لل Mizid إرجع إلى: فريال مهنا ، مرجع سبق ذكره، ص 35.

²⁴ المرجع السابق، ص 35.

ويتفق "كازنوف" مع "تشارلزرايت" فيما يتعلق بالوظائف المختلفة التي أنسدتها هذا الأخير للإعلام الجماهيري غير أن "كازنوف" يعتقد أن جميع هذه الوظائف ما هي سوى مشتقات للوظيفة الوحيدة التي يؤديها الإعلام ، وهي وظيفة تبديل الواقع التي يطلق عليها "كازنوف" وظيفة الإستحالة ²⁵.transmutation

وقد ذكر كل من "لازارسفيلد" و "ميرتون" عدة وظائف يمكن لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيري وهي مراقبة البيئة ، ويقصد بهذه الوظيفة أن وسائل الاتصال الجماهيري ، أو الإعلام الجماهيري من خلال الأخبار والمعلومات التي تزود بها الناس تحذير من الأخطار المتوقعة مثل الطقس السيء ، أو موقف عسكري خطير ، وتشمل أيضاً الأخبار عن أحوال الاقتصاد القومي والعالمي ، مؤشرات الحالة الاقتصادية.

ولكن هذه الأخبار (وظيفة مراقبة البيئة) قد يكون لها أثر عكسي من خلال شدة التركيز حول موضوع معين (خطير) وبالتالي نشر الرعب .

يدرك "لازارسفيلد" وزميله "ميرتون" وظيفة أخرى هي وظيفة التخدير العكسية حيث تدفع أخبار مراقبة البيئة الجمهور إلى حالة اللامبالاة أو السلبية نتيجة للمعلومات والأخبار الكثيرة التي يتم نشرها. ²⁶

أما الوظيفة الأخرى (رقم ثلاثة) التي طرحتها كل من "لازارسفيلد" و "ميرتون" فهي وظيفة تعزيز الأعراف الاجتماعية فهما يقتربان هنا أن وسائل الإعلام تقوم بدور إعادة تأكيد الأعراف الاجتماعية عن طريق عرض الإنحرافات عن هذه الأعراف ، غالباً ما تكون فجوة بين الأخلاقيات العامة والسلوكيات الخاصة بعض الأفراد بين ما يقولونه وما يعتقدونه ، وبين ما يفعلونه. دور وسائل الإعلام هنا تعزيز ما ترى في أي مجتمع أنه إيجابي ويخدم المعتقدات والأعراف والثقافة العامة للمجتمع من خلال تسليط الضوء عليه عبر مضمون مختلف ، والتي المدف منها خدمة المجتمع ، وعاداته ، وتقاليده ، وأفراده ، ومنظمته القيمية أولاً و قبل كل شيء. ²⁷

وهناك وظيفة أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها تعنى بها وسائل الإعلام والتي لم تغب عن ذهن "لازارسفيلد" و "ميرتون" وهي وظيفة إضفاء المكانة؛ في أي مجتمع يجب أن تكون هناك وسائل تضفي شرعية على بعض الأفكار ، أو القضايا ، أو الناس ، أو المنظمات ، أو الحركات ، وفي المجتمع المعاصر

²⁵ المرجع السابق، ص 37-38.

²⁶ عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مصر: مكتبة ومطبعة نانسي دمياط، 2006، ص 122.

²⁷ المرجع نفسه.

تقوم وسائل الإعلام ، والإتصال الجماهيري بهذه الوظيفة فمناقشة موضوع من خلال هذه الوسائل يجعلها هامة لدى عدد كبير من الناس وأكثر شيوعاً لديهم ، ولكن التركيز على موضوعات يجذب الناس بعيداً عن قضياتهم الحقيقة ، وبهذا تعد هذه الوظيفة عكسية.²⁸

ويضيف البعض من المفكرين الاعلاميين وعلماء الاجتماع والسياسة وظائف أخرى يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بها وذلك إنطلاقاً من ملاحظاتهم للواقع. وهي كالتالي:²⁹

1- وظيفة خدمة النظام السياسي: فالإتصال الجماهيري يخدم هذا النظام بطرق متعدد

ومختلفة قد تكون مباشرة وغير مباشرة، ففي كل المجتمعات لا يمكن للقادة

السياسيين الإتصال بالجماهير إلا من خلال وسائل الإعلام والإتصال الجماهيرية،

وهذا ما نلمسه ونلاحظه جلياً في الحملات الانتخابية، أو حملات الترشح.

كما أن وسائل الإعلام ذات دور حاسم في نشر المعلومات الجديدة عن الحكومة وأدائها، إذافة إلى أنها تساعد الحكومات والزعماء والقادة السياسيين على التواصل مع الحكومات الأخرى المماثلة.

2- تحقيق التماسك الاجتماعي: تساعد وسائل الإتصال على تطوير وتكوين الرأي العام

، وذلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة، والأخبار الموضوعية ، وتزويد الناس بالمعرفة

العامة التي تخص شؤونهم اليومية ، هذا ما يؤدي بالضرورة إلى خلق التماسك الاجتماعي بين الأفراد .

3- توضيح التوتر في المجتمع: وذلك من خلال عرض التوترات و الخلافات القائمة في

المجتمع ، ورصد أسبابها ، ومحاولة الوصول إلى حلول لها، ومن خلال عرض الرأي والرأي الآخر

، فهذه الوسائل تقدم القيم المختلفة والإهتمامات المتعارضة في المجتمع وتحاول الوصول إلى رأي واحد.

4- خدمة النظام الاقتصادي: ففي المجتمعات الرأسمالية كالولايات المتحدة الأمريكية ، تعد

خدمة النظام الاقتصادي من أهم أهداف وسائل الإعلام الجماهيري ، وقد يكون هذا هو طريق الدعاية أو الإعلانات.

5- دمج القادمين الجدد في المجتمع: وهو ما يسمى بنقل التراث الثقافي من جيل

آخر.

²⁸ للمزيد أنظر: المرجع نفسه، ص 121.

²⁹ للمزيد إرجع إلى المرجع نفسه، ص 121-123.

فوسائل الإعلام لا تقوم بالإعلان عن المنتجات والخدمات فحسب ، بل هي أيضاً تعلن عن المجتمع ذاته، فتقوم هذه الأخيرة بمدح المجتمع وكل ما يميزه من عادات وتقاليد ، ومعتقدات ، وفنون ، وكما تشجع على العيش والإستثمار في هذا المجتمع وفي هذا البلد ... الخ.

وإذا أردنا أن نلخص وظائف الإعلام ووسائله ، فيكمن ذلك في أنها تقوم بخدمة ودعم النظام السياسي ، والنظام الاجتماعي ، والنظام الاقتصادي على حد سواء.

وعموماً لقد قام " دنيس ماكويل " ملخصاً للوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في

المجتمع بوضع النقاط التالية:³⁰

(1) الإمداد بالمعلومات :

- الإمداد بالمعلومات عن الأحداث والظروف في المجتمع وفي العالم.
- الإشارة إلى علاقات القوة في المجتمع.
- تسهيل الإبتكار والتبني للمستحدثات والتقدم.

(2) الارتباط :

- الشرح والتفسير والتعليق على معاني الأحداث الجارية والمعلومات.
- تأييد السلطات والأعراف القائمة.
- بناء الإجماع.
- ترتيب أولويات المجتمع ، والإشارة إلى المكانة النسبية لبعض القضايا.

(3) الاستثمارية :

- التعبير عن الثقافة المسيطرة السائدة ، والإعتراف بالثقافات الفرعية ، والتطورات الثقافية الجديدة.
- الحفاظ على القيم السائدة الشائعة في المجتمع.

(4) التسلية :

- الإمداد بالتسلية والهروب من المشكلات والاسترخاء.
- تقليل التوتر الاجتماعي .

(5) التعبئة الاجتماعية

³⁰ عبد الرحيم درويش، مرجع سبق ذكره، ص 124-125.

عمل حملات خاصة بأهداف المجتمع في النطاق السياسي وفي اوقات الحروب والتطورات الإقتصادية وأحياناً فيما يتعلق بالدين.

وعموماً يمكن إبراز الدراسات التي تناولت وظائف الإعلام في المجتمع المعاصر منها دراسة "هارولد لاسوويل" الذي يرى أن الوظائف تمثل في :³¹

1- الإشراف: الرقابة على البيئة ، أوالمحيط .

2- العمل على ترابط أجزاء المجتمع في الإستجابة للمحيط، أوالبيئة التي يعيش فيها.

3- نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل لآخر.

أما "لازارسفيلد" و"ميرتون" فيرى كل منهما أن وسائل الإعلام ثلاث وظائف إجتماعية هي:³²

1- وظيفة تشاورية: حيث تقوم بخدمة القضايا العامة ، والأشخاص والتنظيمات والحركات الإجتماعية من خلال الوضع التشاوري الذي تتحققه وسائل الإعلام.

2- وظيفة التقوية الإجتماعية: والتي تتحقق من خلال مقدرة وسائل الإعلام على فضح وكشف الإنحرافات عن الأعراف الإجتماعية، وذلك بتعبيرية هذه الإنحرافات للرأي العام.

3- الوظيفة التخديريّة: وهي وظيفة معيبة تدل عملياً على إحتلال وظيفي لدور وسائل الإعلام ، وذلك عن طريق زيادة مستوى المعلومات للجمهور حيث تسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية ، وذلك يؤدي الحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة(سلبية).

ومن الوظائف الإعلامية في مجال التنمية الشاملة يرى "ولبر شرام" أنها تمثل في:³³

► وظيفة المراقب: وذلك لاكتشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار والعوائق التي تواجه المجتمع .

³¹ مجذ هاشم الماشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص 29 .

³² المرجع السابق.

³³ المرجع السابق.

► **الوظيفة السياسية:** وتم من خلال المعلومات ، حيث يمكن اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، وكذلك يمكن ان يتم إتخاذ القرارات القيادية ، وان يتم إصدار التشريعات.

► **دور المعلم:** وذلك من خلال تنشئة أفراد المجتمع الجدد ، بإمدادهم بالمهارات والمعتقدات التي يقدّرها للمجتمع.

أما " ميلفن دفلور " و"بول روكيتش" ، فقد اقترحوا أربع وظائف للإعلام تمثل فيما يلي:³⁴

-1 إعادة بناء الواقع

-2 تكوين الإتجاهات لدى الجمهور غداً اعتمد على معلومات ووسائل الإعلام.

-3 ترتيب الأولويات(أولويات الإهتمام) لدى الجمهور(وظيفة الأجندة).

-4 توسيع المعتقدات لدى الناس.

بينما يرى "ليزلي مويلر" أن للإعلام تسع وظائف وهي:³⁵

1- وظيفة الإعلام(الإخبار) والتزويد بالمعلومات ورقابة البيئة.

2- الربط والتفسير: والمدف منه تحسين نوعية ، و فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه وما يفعلونه.

3- الترفية: وهدفه تحرير الناس من التوتر والضغط والمصاعب، أو التخفيف عنهم.

4- التنشئة الاجتماعية: وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير ،والقيم ،والخبرة الاجتماعية .

5- التسويق.

6- المبادرة في التغيير الاجتماعي في المجتمع.

7- خلق النمط الاجتماعي ، وهدفه وضع النمط للمجتمع، وذلك بتوفير المثال في الشؤون العامة، والأدب ، والثقافة، ونمط الحياة.

8- الرقابة.

9- التعليم.

³⁴ مجذ هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 30.

³⁵ المرجع السابق.

وحتى تحقق وسائل الإعلام وظائفها على أحسن وجه يرى "مولر" أن الإنماز من خلال ما اقترحه (لجنة هاتشر)، وذلك لتحقيقها المتطلبات التالية:³⁶

- 1- الصدق والشمولية والإستقصاء الذكي للأحداث اليومية في سياق يعطيها معنى .
- 2- أن تكون منبر التبادل للتعليقات والنقد.
- 3- إبراز صورة ممثلة للجماعات التي يتشكل منها المجتمع.
- 4- عرض وتوضيح أهداف المجتمع وقيمه.
- 5- التمكن من الوصول إلى المعلومات.

وفي حقيقة الأمر فإن أي وسيلة إعلامية تسهر على تقديم منتوج إعلامي متميز للجمهور . و بالتالي فإن دور وسائل الإعلام في المجتمع هام جدا إلى درجة خصصت الحكومات أقساما ، ودوائر ، و وزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، من تلك الأهداف رفع مستوى الجماهير ثقافيا، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والإقتصادية، هذ

أما خارجيا فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية، ولم يقتصر اهتمام وسائل الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها. ولا أدلة على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفا في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقدرة، فلقد أصبح الإعلام رئисيا في بقاء بعض الدول ، وخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعاماتها الرئيسية الأولى، وقدمنه على باقي دعائيم الدولة.

وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفعالة سلبا أو إيجابا؛ فما هي وظائف تلك الوسائل؟

³⁷: الوظائف الخمس المتفق عليها فهي كالتالي

- التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات.
- زيادة الثقافة والمعلومات.
- تنمية العلاقات البينية وزيادة التماسك الاجتماعي.
- الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

³⁶ مجدى هاشم الهاشمى، الإعلام المعاصر، مرجع سابق ذكره، ص 30.

³⁷ Jaradatv.maktoubblog.com

• الإعلان والدعاية.

المطلب الخامس: تأثير وسائل الإعلام :

هناك حاجة مستمرة لمعرفة تأثير الرسالة الإعلامية ، أو فعاليتها في تحقيق الأهداف الموضوعية باعتبارها المدف الأول ، والأخير ، والمحوري للعملية الإتصالية والإعلامية ، وقد بدأ الاهتمام المكثف بتأثير وسائل الإعلام والإتصال بعد الحرب العالمية الثانية وخاصة بعد تزايد وسائل الإعلام والإتصال لإشباع حاجات متنوعة وتأثير هذه الوسائل عليهم ، ويقصد بتأثير الإعلام والإتصال التغيير الذي يحدث في سلوك المستقبل نتيجة لنقل الرسائل ، أو نتيجة لتعامله مع وسائل الإعلام والإتصال ، وهناك ثلات تأثيرات رئيسية وهي :³⁸

- .تغييرات في معلومات المستقبل
- .تغييرات في اتجاهات المستقبل
- .تغييرات في السلوك العلني للمستقبل

وفي كثير من الأحيان تحدث هذه التغييرات متتالية ، وقد تأخذ هذه التغييرات بشكل تغير رؤى وطموحات الأفراد أو زعزعة في القيم والاتجاهات السائدة وإبراز قيم أخرى أو الحد من كثافة اتجاهات معينة ، كما تأخذ شكل تدعيم بعض القيم والإتجاهات ، وقد تقتصر على تزويد الأفراد بالمعلومات والمعارف ، وقد يمتد التأثير ليشمل تشكيل الأداء والإتجاهات وتغيير أنماط السلوك .³⁹

أما مستوى التأثير فيتحدد في أفراد ، أو مستوى الجماعة ، أو النظم الاجتماعية ، أو المجتمع ككل وقد تكون التأثيرات آلية وعاجلة وقد تأخذ صوراً تراكمية متداة وتشير الدراسات إلى أن تأثير وسائل الإعلام والإتصال هي عمليات معقدة ، ولا تتم بالبساطة التي قد تبدو للوهلة الأولى ، ولهذا تقصر دراسة تأثيرات وسائل الإتصال على فترات قصيرة ، أو على تأثير برنامج إذاعي أو تلفزيوني واحد ، بينما تختلف ملدة قصيرة بعدها لأن الأثر قد يزول بعد مدة قصيرة .

³⁸ ثروت مكي، الإعلام والسياسة(وسائل الإتصال والمشاركة السياسية)، القاهرة: عالم الكتب، ط2005، 1، ص37.

³⁹ المرجع نفسه، ص38.

وتتدخل عوامل عديدة في تحديد نوع ، ومستوى التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام والإتصال وتقوم دراسات تأثير وسائل الإعلام والإتصال على أن هذه الوسائل هي مجرد عامل من عوامل عديدة لها تأثيرها على المجتمع، وأن تأثير هذه الوسائل يعتمد على عوامل سهلة ، وأن مدى واتجاه تأثيرها يختلف عبر الجماعات والأفراد .

ولعل من أوائل نظريات التأثير لوسائل الإعلام والإتصال نذكر نظرية الطلقة السحرية ، أو الحقنة تحت الجلد ، أو كما يسميتها البعض الآخر القذيفة السحرية التي نستطيع أن ندرجها أو بالأحرى هي من النظريات التي يرى أصحابها ان لوسائل الإعلام التأثير القوي والماشر، و تفرض هذه النظرية أن العلاقة بين المنبه و الإستجابة محسومة باليكانيزمات الإيجابية الموروثة حيث أن كل رسالة تصل إلى كل فرد فيتلقى نفس الطريقة وتشير استجابات آلية بنفس المستوى والشكل لدى كل متلقٍ.⁴⁰

المطلب السادس: أنواع الإعلام

وسائل الإعلام كثيرة ومتنوعة ولها تصنيفات مختلفة تصنف على أساس المادة التي وضه لها ما تحتاجه من أدوات ، واجهزه او معالجة من موضوعات ، او ما تسعى اليه من اهداف .
وهناك تقسيم على أساس درجة ما توفره الوسيلة من الواقعية، ومن اتاحة الفرص للاحتكاك والاحساس بالواقع او الشيء المطلوب التعرف عليه ، او دراسته ، وتقسم وسائل الاعلام الى مجموعتين:⁴¹

- (2) مجموعة الرموز(الوسائل اللغوية وغير اللغوية)
- (3) مجموعة الوسائل(السمعية البصرية)

1) مجموعة الرموز(الوسائل اللغوية وغير اللغوية):

يمتاز الانسان بأنه الكائن الوحيد الذي يستعمل الموز للتعبير عن الافكار، والدلالة عن المعاني ، والعواطف ، حقيقة ان الحيوان يستطيع ان يتفاهم بالاشارة والحركة، كأنجح ، بل ان الحشرات نفسها تتبادل الاشارات عن طريق قرون الاستشعار كالنمل والنحل، الانسان هو الكائن الحي الوحيد الذي استطاع ان يصور هذه الوظائف العصبية باستعمال اللغة وغيرها من الرموز.⁴²

⁴⁰ المرجع السابق.

⁴¹ حيري خليل الجميلي، الإتصال ووسائله في المجتمع الحديث، مصر، الإسكندرية : المكتب العلمي للكومبيوتر والنشر والتوزيع، [د.س.ن]، ص.47

⁴² المرجع السابق.

وسواء كان النمط الاتصالي شخصاً أو جماعة أو جماهيريا فثبتت واقعية هي أن عملية الاتصال في جميع انماطها تتوقف على انتقال الرموز ذات المعنى وتبادلها بين الأفراد، كما أن اوجه النشاط الجماهيري ومعانيه الثقافية تتوقف إلى حد كبير على الخبرات المشتركة للمعاني.⁴³

والرموز التي تحمل المعاني ، أو الفكرة هي جوهر الاتصال بكافة صوره ، وقد يكون الرمز إشارة، أو لغزاً، أو إيماءة، أو كلمة ، ولكن جميعها أدوات لنقل المعاني والأفكار، ومن المعروف أن التعبير اللغوي يصاحبه عديد من الإيماءات والإشارات كما يتضح لنا من الاستماع إلى الخطاب السياسية.⁴⁴ ومن أمثلة وسائل الاتصال اللغوية ذكر:⁴⁵

1) **المناقشة الجماعية:** وهي عبارة عن نشاط جماعي يأخذ طابع الحوار الكلامي المنتظم الذي يدور حول موضوع معين أو مشكلة معينة.

2) **المحاضرة:** وهي عرض للحقائق بالمبادئ والنظريات التي يرى المشرف أو المدرس أن يعرفها أعضاء الجماعة التي يتعامل معها والتي تعطي الفرصة لعرض كمية كبيرة من المعلومات والخبرات في وقت قصير ، ولا شك ان المحاضرة تدعو الى شيء من السلبية في التفكير بين المستمعين .
وتعتبر المحاضرة عملية ذات اتجاه واحد من المحاضر الى المستمع(عدم اكمال التفاعل).

3) **مجموعة وسائل الإعلام والإتصال السمعية البصرية:**

ونقصد بها تلك الوسائل التي تستعملها لتوصيل معنى أو حقيقة دون الإعتماد أساساً على الكلمات فهي تلك المسائل التي تتمكن الأفراد من ممارسة، أو ملاحظة الواقع أو الشيء ذاته المطلوب التعرف عليه ، أو ما يشبه هذا الشيء . كما أن هذه الوسائل السمعية البصرية توفر للفرد الإحتكاك بالأشياء و يجعله أكثر إيجابية بما يجعل للتعليم أثراً باقياً ، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الدراسات العلمية (التطبيقية أو الميدانية) أثبتت أن الإحتكاك بالأشياء التي من حولنا ، أو الواقع وبيئته الطبيعية وممارسته ، و دراسته، يعتبر من العوامل الرئيسية التي تساعد على فهم أفضل لهذا الواقع ، وهناك فرق بين الوسائل اللغوية وبين الوسائل السمعية والبصرية . لقد استخدمت تسمية الوسائل السمعية والبصرية لامتلاكها القدرة على تمكين الفرد من أن يحس بما يرغب في فهمه أو تعلمه كأن يراه أو يسمع صوته في نفس الوقت .

ومن أمثلة هذه الوسائل:

⁴³ المرجع نفسه.

⁴⁴ المرجع نفسه، ص 48

⁴⁵ المرجع نفسه.

المعارض، الأفلام، الصور الفوتوغرافية، الأسطوانات ، الأشرطة المسجلة، الصور الشفافة، الرسوم التوضيحية.⁴⁶

[1] الصور: تعتبر أداة فعالة للنشر ويسهل حفظها ، وفضلا عن كونها ذات فائدة كبيرة في نقل رسالة إلى المجتمع ، فإنها تنبئ عن التاريخ والنشأة.

وبالنسبة للأفراد في أداة هامة للتعليم خاصة للأميين كما تغدو في توضيح المادة المكتوبة، وتعتبر الصور الفوتوغرافية الجيدة إذا كانت تبين عمل، توضح افعال، وتظهر الناس على حقيقتهم(طبيعتهم الخاصة) ويسهل فهمها.⁴⁷

[2] المعارض: تعتبر المعارض من أحسن الوسائل في توصيل رسالة المؤسسة إلى المجتمع ، وإلى أكبر عدد من الناس ، فقد اتضح من التجارب السابقة والتطبيقية (العلمية) أن النماذج التوضيحية أبعد أثرا من الصور، بل أن النماذج المتلاحقة أقوى أثرا من الثابتة لذلك تعد المعارض من أدوات الاتصال الهامة إذا أحسن تحديد المدف منها، ونفذت بطريقة جذابة.⁴⁸

[3] الملصقات: الملصقة من وسائل الإعلام والإتصال البشري ذات الأهمية المعترفة في عملية التوعية ، والإرشاد ، ولكنها لا تستعمل وحدها بل يجب أن تكون جزءا من برنامج أو خطة إرشادية منظمة.⁴⁹

[4] لوحة الإعلان: وتعتبر من وسائل الإعلام والإتصال البصرية إذا أحسن إعدادها ،

ويمكن أن تصبح ذات أهمية كبيرة في توصيل المعلومات إلى الجمهور المستهدف.⁵⁰

[5] الخطابات والنشرات: يمكن أن تكون الخطابات ذات أثر كبير في الإتصال والإعلام بالأفراد أو الجماعات ، خاصة إذا وضعت بأسلوب واضح وصريح، أما النشرات فهي وسائل الإعلام والإتصال البصرية لكنها تختلف عن الخطابات في كونها لا تعبر عن رأي شخص معين، وإنما تحمل رسالة المنظمة.⁵¹

⁴⁶ خيري خليل الجميلي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

⁴⁷ المرجع نفسه، ص 52.

⁴⁸ المرجع نفسه، ص 52-53.

⁴⁹ المرجع نفسه، ص 53.

⁵⁰ المرجع نفسه.

⁵¹ المرجع نفسه.

6) الرحلات: وتعتبر من الوسائل التعليمية التي تعتمد على التفاعل والمساهمة بين الأعضاء للتعرف على الواقع، وتنقسم إلى أنواع متعددة من الرحلات كما أن لها أغراض تتنوع، وتتبع خطوات معينة في إجرائها.⁵²

7) التمثيليات: هي وسائل الإعلام والإتصال الحامة في العصر الحديث ،علاوة على أنها مصدر ترفيه وتعليم ، وتنقسم التمثيليات إلى أنواع متعددة طبقا لأغراضها ، وأقرب أنواعها إلى الخدمة الإجتماعية هو التمثيل الحر أو تمثيل الدور.⁵³

8) المجالات الحائطية: لم تأخذ مجالات الحائط العناية الكافية حتى الآن ، ولذلك فإن إنتاجها لا يزال قاصرا على الرغم من أهميتها في بلدان كثيرة، وهي عبارة عن صفحة واحدة قد تطبع على وجه واحد أ ، أو على وجهين ، وبهذا تعلق بها نسختين، يظهر الوجه الأول لإحداهما ، والوجه الآخر للثانية ، ويمكن إنتاج المجلة بخط اليد على الورق الكبير.⁵⁴

9) الصور المتحركة:

أ- الأفلام السينمائية: يتضح من التجارب التي أجراها "بلمردوب" أن الوسائل السمعية والبصرية كالأفلام السينمائية تفوق تأثيرها القوي بحكم واقعية الصورة وحيويتها مقترنة بالصور المعبرة ، وكذلك أثبتت الدراسات أن الوسائل السمعية والبصرية تفوق غيرها من الوسائل الأخرى من حيث قوّة تذكر الأفراد المعرضين لها، أما التجارب التي أجراها "ستيفر دوارد" و "هولداي" فقد توصلت إلى إثبات أن الوسائل البصرية تمتاز بقدرها الفائقة على الإستهواء، ويفيد معظم العلماء هذه النتيجة بالنسبة للأطفال ، لأنهم يصدقون ما يرون في الأفلام حتى أنه ليصعب جدا تعديل التأثيرات الناجمة عن المشاهدات السينمائية عند بعضهم.

ب- البرامج التلفزيونية: لا شك أن التلفزيون والفيلم السينمائي لهما فعالية فريدة لأنهما من الوسائل التي تعتمد على حاسة السمع وخاصية البصر ، وقد لوحظ أن هاتين الوسائلتين تستحوذان على إهتمام كامل من طرف الجماهير أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى خاصة إهتمام الأطفال.

و يمكن أن نلخص أهم وسائل الإعلام في ما يلي :⁵⁵

⁵² المرجع نفسه، ص54.

⁵³ المرجع نفسه.

⁵⁴ المرجع نفسه.

⁵⁵ المرجع نفسه ،ص55.

⁵⁶ جباره عطية جباره، علم إجتماع الإعلام، الإسكندرية :دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، [د.س.ن]، ص ص107-109.

١: الكتاب:

من البديهي أن في كل كتاب إعلام أو معلومات كاملة تؤدي وظائفها العامة من حيث التثقيف والتوجيه ، والتربيـة ، وحتى التزويد به من خلال قراءة الكتاب ، ودونـا مـعالـة أو مـبالغـة فإن الكـتب هي أـسـاسـ الإـعـلامـ ، بل هي أـمـ وـسـائـلـ الإـعـلامـ الأـخـرىـ.

٢: الخطبة:

عمل أي خطبة أيا كان نمطها ، فـكرة أو معنى سياسيا كان أو دينيا أو إجتماعيا أو غير ذلك مما يساهم بدوره في عملية الإعلام بأهدافها المختلفة ، فهي على هذا الأساس وسيلة جوهرية في وسائله.

٣: النشرة:

تعتـرـ المـبـدـأـ الـأـوـلـ فيـ الإـعـلامـ ، وـلـهـذـاـ إـنـاـ إـذـ خـرـجـتـ مـنـ فـصـلـةـ هـكـذـاـ ، مـكـتـوـبـةـ أوـ مـسـمـوـعـةـ أوـ مـرـئـيـةـ ، فـهـيـ فـيـ حـدـ ذـاتـهـ وـسـيـلـةـ إـعـلامـيـةـ أـسـاسـيـةـ.

٤. الندوة :

تشـتـمـلـ النـدوـةـ عـلـىـ العـدـيدـ مـنـ الـأـفـكـارـ الـتـيـ تـنـاقـشـ مـنـ كـلـ الزـواـيـاـ بـوـاسـطـةـ عـدـدـ مـنـ التـخـصـصـاتـ فـيـ الـمـحـالـاتـ الـمـخـتـلـفـةـ ، وـلـذـاـ إـنـ مـسـاـهـمـتـهـاـ الـثـقـافـيـةـ ، وـالـتـعـلـيمـيـةـ تـعـتـرـ جـوـهـرـيـةـ ، مـاـ يـجـعـلـهـاـ بـالـتـالـيـ تـنـدـرـجـ ضـمـنـ وـسـائـلـ الإـعـلامـ.

٥. المناظرة :

تـنـتمـ بـيـنـ فـكـرـتـيـنـ مـتـعـارـضـتـيـنـ ، وـمـنـاقـشـتـهـمـاـ مـنـ كـلـ الزـواـيـاـ الـمـخـتـلـفـةـ مـنـاقـشـةـ نـقـدـيـةـ ، وـهـوـ لـاـ لـهـدـفـ الخـرـجـ بـالـنـفـعـ الـعـامـ مـنـهـاـ وـحـيـثـيـاتـ ذـلـكـ مـاـ يـفـيدـ وـلـاشـكـ فـيـ بـحـالـ الـتـعـلـيمـ ، وـالـتـنـقـيـبـ ، وـالـبـحـثـ عـنـ الـأـصـلـحـ ، مـاـ يـمـكـنـ مـعـهـ تـطـبـيقـ أـهـدـافـ الإـعـلامـ عـلـيـهـاـ.

٦. المؤتمر الصحفي أو العلمي أو الأدبي:

يـحـضـىـ أـيـاـ كـانـ نـوـعـهـ باـهـتـمـامـاتـ الصـفـوةـ نـظـرـاـ لـماـ يـضـيفـهـ مـنـ أـفـكـارـ جـدـيـدةـ فـيـ الـمـحـالـ الـمـطـرـوـحـ إـزـاءـهـ.

٧. السوق أو المعرض:

يعـتـرـ هـذـاـ الـأـخـيـرـ وـسـيـلـةـ مـنـ وـسـائـلـ الإـعـلامـ بـمـاـ يـبـرـزـهـ مـنـ سـلـعـ ، أوـ مـعـروـضـاتـ مـخـتـلـفـةـ لـأـنـوـاعـ تـفـيدـ فـيـ تـمـدـيـدـ الـثـقـافـاتـ الـتـيـ تـنـبـعـ فـيـهـاـ هـذـهـ أوـ تـلـكـ ، وـبـالـتـالـيـ يـمـكـنـ الإـسـتـفـادـةـ مـنـهـاـ فـيـ تـمـدـيـدـ وـتـوـجـيـهـ ثـقـافـةـ الـجـمـاهـيرـ وـعـنـاصـرـ الـبـنـاءـ الـإـجـتمـاعـيـ .

٨. الصحافة:

حيث أن ظهور الصحافة في حد ذاته كان ظهوراً حقيقياً للإعلام كعملية لها وسائل متعددة تقوم بوظائفها المختلفة، ويمكن أن ندرج الصحافة على قمة هذه الوسائل على الإطلاق.

٩. الإذاعة المسموعة:

وهي من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً في العصر الحديث ، وذلك لكونها تعتمد على الاستماع فقط ، الأمر الذي يجعلها أكثر شيوعاً بين جمهور المستقبلين ، دون النظر إلى المستمع إذا كان مثقفاً أو لا.

١٠. الإذاعة المرئية(التلفزيون):

ظهرت بنشأة الإذاعة المسموعة، والسينما، كأحد أهم وسائل الإعلام الجماهيري تنافساً ، دخلت هي طرفاً فيه مع الحافة من ناحية ، ومع الإذاعة المسموعة من ناحية أخرى، بل و مع السينما ، وبباقي وسائل الإعلام الأخرى المتبقية ، ولأنها تغطي شقي الاستماع والمشاهدة معاً ، وتنقل المادة الإعلامية إلى حيث يقطن المستقبل ، بحيث لا يعني مشقة الانتقال ، والبحث ، والذهاب إلى دور العرض ، ويمكن أن تغنى بمفردها عن وسائل الإعلام الأخرى، ذلك أنها تجمع بين جل خصائص ، ومهام الوسائل الإعلامية الأخرى.

١١. وكالات الأنباء:

تقوم وكالات الأنباء بنقل الأنباء ، والأحداث المحلية وكذلك العالمية إلى جميع أنحاء العالم، ودورها قد يكون سياسياً وحسب، حيث أن عملية النقل المشار إليها لا تتم إلا بالطريقة التي تسارير أهداف المجتمع التابعة له.

١٢. العلاقات العامة:

تتوارد العلاقات العامة داخل الأعمال المختلفة من قطاعي الإنتاج والخدمات، وتعمل على رأب الصدع الموجود بين الإدارة والعاملين بالمؤسسة، وتوطد العلاقات بينها وبين مرافق الدولة الأخرى التي ترتبط بالمؤسسة بعلاقة من نوع أو من آخر، كما أنها تقوم بالدعائية ، والإعلان للجهة التابعة لها.

المطلب السابع: نماذج الإعلام:

يمكن أن نميز نماذج عديدة للإعلام وهي :

الفرع الأول: الإعلام الدعائي **propagandist information**

يرتبط مفهوم الدعاية مع الإعلام ، وصار يتدخل مع العديد من أنشطته وآلياته ، فهدف الدعاية هو تغيير إستجابة المستقبل بالشكل الذي أرادته الرسالة الدعائية ، وذلك من خلال الضغط العاطفي و النفسي لوسائل متعددة و متباعدة وقد يخرج بعضها من نطاق الأخلاق ، فهي إذن من كونها تعتمد على

الموهوب الشخصية للقائم بالعملية الدعائية ، وعلى النوازع ، والخصائص السيكولوجية ملتقي الرسالة الدعائية والأجواء النفسية التي تحيط به ، وبالتالي فهذه الأخيرة . الدعاية. تعتمد على قدرة التلاعيب بهذه العناصر النفسية من طرف القائم بالعملية الدعائية و ذلك من أجل بلوغ الهدف، وفي هذا النطاق يذكر مركز و معهد تحليل الدعاية الأمريكية "إن الدعاية الإعلامية تعبير عن رأي ، أو فعل يقوم بإعداد صورة متعمدة و واعية لأفراد ، أو جمومات من الناس بقصد التأثير على آراء وأفعال جمومات أخرى لأغراض ، وأهداف تم تحديدها مسبقا .⁵⁷

وفي هذا النوع من الإعلام يركز القائم بالإتصال على نوع وحجم الأثر الذي يريد إحداثه في مواقف الجمهور وأفراده ، أو على الحكومات والدول ، وبالتالي مواقفها تجاه قضايا معينة سياسية، اقتصادية أو إجتماعية .⁵⁸ فكثيراً ما نجد هنا أن القائمين بالإعلام ، ومخططيه لا تهمهم الحقيقة بقدر ما يهمهم تضخيم الحدث ، والموضوع ، والتلاعيب النفسي ، والعاطفي للوسط الجماهيري الذي يتقصدهون.

ونجد مؤخرًا أن تكنولوجيا الإتصالات الدولية ، ووسائل الإعلام الجماهيرية تساعده على تغلغل العمل الدعائي إلى عقول الملايين من البشر على امتداد الكون.

هذا وتأثير الدعاية الإعلامية على ميولات ومعتقدات الأشخاص ، و بذلك تم السيطرة على الجهات المسؤولة في إتخاذ القرار السياسي في الدول عبر العالم.

ويمكن تحديد الأساليب الدعائية التي يعتمدتها الإعلام الغربي في النقاط التالية :⁵⁹

1/ الإثارة : وهي المبالغة في استخدام التكتيك الدعائي عن طريق تعبئة أجهزة الدعاية تعبئة حماسية عالية ذات طابع عاطفي .

2/ الحرب النفسية : وهي شكل من أشكال الدعاية و هدفه إقناع الجمهور، أو الخصم بأن كل الخير في التسلیم والإسلام "التبادل".

3/ الحملة : و هي عملية إقناع منظمة من خلال وسائل الإعلام توجه نحو الرأي العام .

4/ غسيل الدماغ : و يقوم على توجيه العمل الإنساني ضد رغبة الفرد أو عقله.

5/ الدعوة: تستند هذه الأخيرة إلى نشر فكرة معينة باستخدام الحجة ، و المنطق ، و التفكير العلمي .

⁵⁷ مجذ الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص 40-41.

⁵⁸ محمد حдан المصالحة، الإتصال السياسي (مقترب نظري تطبيقي)، الأردن ، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 2002، ص 22.

⁵⁹ مجذ الهاشمي، الإعلام السياسي والدبلوماسي، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص 65-66.

و إذا تأملنا أساليب ، وطرق الإعلام الغربي نجد أن الرأي العام هو المهد الأصلي الذي توجه نحو الحملات الإعلامية للتاثير عليه ، و هذا يبرز في النقاط التالية:

١/النكرار و الملاحظة.

٢/الإشارة العاطفية.

٣/عرض المعلومات وكأنها حقائق لا يرقى لها الشك "من خلال الحجج و البراهين المقنعة بطرق تخطيطية جهنمية "

٤/تحويل إنتباه المواطنين إلى القضايا التي تخدم القائمين على الدعاية .

٥/إتباع أسلوب البرامج المحددة .

Misleading information الفرع الثاني: الإعلام التضليلي

وتنصب غاياته على صرف الإنباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين ، أو إخفائها عن الجمهور المتلقى.⁶⁰ بمعنى أن الأساس في هذا النوع من الإعلام هو المروب بالقارئ ، او المستمع ، او المشاهد من الحقائق و الواقع التي هي في الأصل تحدث له ، وليجتمعه ، و تهمه إلى أمور أخرى ليست من ضمن إهتماماته ، وقد لا تمد له بالصلة بتاتا ، ولا تنفعه في شيء ، بل تنفع أصحاب الرسائل الدعائية ، وذلك بطرق مدرسة و مخططة ، و من ضمنها دراسة المتلقى دراسة معمقة و دقيقة حتى يحدث الأثر و يكون مضمونا.

وسائل هذا الإعلام هي التلوين، و الرمز، و التعليم في نقل المعلومات، أو تحريفها عن السياسات والأحداث ظرف زمني محدد، وتزداد أهمية هذا النوع من الإعلام أثناء الأزمات السياسية و في أوقات الحروب الأهلية أو الدولية، و مثال ذلك ما تبنته وسائل الإعلام الوطنية عن حادثة داخلية، أو موقف سياسي معين تقتضي مصلحة الحكم أو الدولة عدم طرح وإيراد الحقيقة كما هي .⁶¹

الفرع الثالث: الإعلام الموضوعي objective information

وفيه تنقل وسائل الإعلام المعلومات التي تتوفر لديها عن أمر معين مركزه الإهتمام بتقدیم الحقيقة دون تضخيم أو تقليل ، ودون زيادة أو نقصان ، وهناك علاقة تناصية بين الإعلام الموضوعي ومصلحة المرسل للرسالة الإعلامية ، لأن طبيعة الحدث أو الموضوع يؤثر قريبا أو بعدا على طرح الحقيقة

⁶⁰ مجذ الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ص 43

⁶¹ محمد حمدان المصاحة، مرجع سابق، ص 68

طبقاً لرؤية القائم بالإتصال أو الإعلام، ومن أمثلة ذلك الإعلام بالكوارث الطبيعية ، فإن ما يبيث عنها يكون قريباً من الموضوعية أكثر مما عليه الحال في الأحداث والواقع السياسية⁶² ، أو مواضيعها.

وقد وقع تطور كبير في الوسيلة ، والمضمون ، والهدف للإتصال ، وارتبط مفهومه بصورة قوية بمعاهيم الحرية ، الديمocratية ، والقضايا الاجتماعية ، والسياسية ، والإقتصادية القائمة داخل المجتمع الواحد، وحتى في المجتمع الدولي ذاته.⁶³

وقد فرضت صياغة أخرى فلسفية قانونية، وتنظيمية لحق الإتصال و استخدام وسائله على ضوء ثلات مستويات أساسية:⁶⁴

1 - المستوى الأول: حق الفرد في الإتصال : وتنبع عنه حقوق فرعية، كحق المجتمع ، حق المناقشة، حق المشاركة ، حق تكوين الأحزاب ، والجمعيات ، والمنتديات، حق الحصول على المعلومات وإبلاغ الآخرين بها ، الحق في الثقافة ، والإختيار، والمشاركة في تكوين الرأي العام.

2 - المستوى الثاني: حق الجماعة في الإتصال: ويشمل حق الجماعة السياسية(الدولة) في الإتصال بالجماعات السياسية الأخرى ، الأمر الذي يكفل لها الإطلاع على تجاربها، والإنتفاع بتقدمها العلمي ، التقني، والحضاري ، والإفتتاح على الحضارة الإنسانية.

و فيما يخص المجتمعات السياسية النامية فإنها توظف الإتصال في خدمة قضايا الإستقلال والتحرر ، والتنمية ، وبناء شخصيتها القومية ، و حماية ذاتها الثقافية وأمنها الداخلي ، ووحدتها الوطنية.

3 - المستوى الثالث: حق الجموعة الدولية في الإتصال: وينطلق من نظرة عالمية لمفهوم حق الإتصال...تنطلق إلى توظيف الإتصال ووسائله لتعزيز الإخاء ، والتعارف بين وحدات المجتمع الدولي، وإقامة إعلام دولي متوازن بين الدول المتقدمة والنامية ، وضبط أسس ومعايير أخلاقية لحق الإتصال والإعلام في المجال الدولي ، وعلاقته بالإعلام الداخلي للدول ، لاسيما وأن الإعلام وثيق الصلة بالسياسة الخارجية ، وبالتالي أصبح عنصراً مؤثراً على تشكيل العلاقات الدولية ، ونوعية القيم التي ترتكز عليها هذه العلاقات.

وهناك من يضيف ثلات نماذج أخرى للإعلام وهي كما يلي:

الفرع الرابع: الإعلام الثقافي:

⁶² المرجع نفسه، ص 23.

⁶³ المرجع نفسه، ص 23.

⁶⁴ عن: نفس المرجع، ص 23-24.

⁶⁵ مجد هاشم الماشمي ، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، ص 68.

حيث يتم الإتصال بين الطبقة الحاكمة والأخرى المحكومة في مجتمع آخر فيما يتعلق بعملية التبادل الثقافي في المجتمعات التي تأخذ فيها الجماعات صورة الإمتداد الحكومي للنشاط التعليمي، وكمثال على ذلك نذكر جامعة معينة في حاجة إلى عدد من الأساتذة ، فهي هنا تتصل بالجهاز المسؤول على السياسة الخارجية في الدولة التي تنتهي إليها تلك الجامعة ، وبعد أن يتم الإتصال بين الآداة الحكومية وتلك الجامعة ، فإن هذه الأخيرة تناطب مباشرة المجتمعات التي تعتقد إمكانية توفر أولئك الأساتذة بين عناصرها المتخصصة ، وفي أغلب الأحيان تلجأ إلى الإعلان عن طريق الصحف ، وهكذا تتم عملية التوظيف والإختيار، وهذا التبادل الثقافي بهذا المعنى لا يأخذ صورة إتصال بين آداة حكومية وأخرى بقدر ما هو بين آداة حكومية ، والمجتمع السياسي المحكوم مباشرة ، ويتضمن التبادل الثقافي كذلك قبول طلبة من دولة إلى ذلك المجتمع.⁶⁶

الفرع الخامس: الإعلام الخارجي:

ويقصد به مجموعة من الوسائل الإعلامية ، ومضامينها ، وغاياتها التي يتوجه بها إعلام معين لمخاطبة الرأي العام الدولي باللغات التي يفهمها ، والأساليب الإقناعية التي تؤثر فيه، أو الإتصال بالفرد والمقيم خارج الإقليم القومي، أو مخاطبة الدول بحالاتها في الخارج ، ومن جراء الإنجازات الحديثة في تكنولوجيا الإعلام، وخاصة استخدام الفضاء للإتصالات الخارجية للدول ، تمارسها ضمن وظيفتها الإتصالية السياسية على المستوى الدولي في السلم وال الحرب، وقد أصبحت الجماهير الواسعة والعربيضة تشهد سيرا هائلا من الأخبار ، والأفكار ، والمعلومات ، والأنباء المرسلة من مصادر مختلفة يصعب في النهاية على تلك الجماهير الإبتعاد ، أو الهروب منها ، أو عدم التأثر بها ، وهذا السيل الهائل يعبر في الأخير عن تخطيط إعلامي يتلائم مع التخطيط السياسي الخارجي للدولة القائمة بالإتصال والذي تقوم به أجهزة متخصصة.⁶⁷

الفرع السادس: الإعلام السياسي:

لقد حاول بعض الباحثين البرهنة على أنه يمكن فهم الحياة السياسية ، وتفسير ظواهرها من خلال "العملية الإعلامية" كوظيفة إتصالية تمثل عصب الحياة السياسية، فالإعلام السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي ، وسياسيته الخارجية، والقرارات يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة و المناسبة ، وتكون كذلك إذا تم الحصول عليها عن طريق وسائل الإعلام الجديدة التي تعبّر

⁶⁶ مجد الماشي، الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 44.

⁶⁷ المرجع السابق، ص 45.

عن الواقع الذي نريده ، وتمدنا بالحقائق التي تحتاجها دون تشويه أو تحريف، يعني إذا استخدم الحكم وأصحاب السلطة والقرار قنوات إتصال وإعلام جديدة وفعالة تنقل إليهم نبض الجماهير وتطلعاتها ، آرائها ، مواقفها ، واتجاهاتها الحقيقية ، وتنقل للمواطنين بدورهم تعليمات وأوامر الحكم بدقة ، وموضوعية ، فإن عملية التواصل بين الحكم والحكومين

تكون جيدة ، وفعالة ومستقرة ، وتوصل من خلالها النظام السياسي المثالي.⁶⁸

المطلب الثامن: دور الإعلام في الماضي والحاضر:

و في هذا الباب نقصد بالإعلام نقل المعلومات لأن الوسائل الإعلامية العصرية لم تكن موجودة ولكن نقل المعلومات كان يتم في ظروف سهلة في الديمقراطيات القديمة نظرا لطبيعة الديمقراطيات التي هي كما هو معروف محدودة في ناحيتين:⁶⁹

1- من ناحية الرقعة التراية التي تم فيها.

2- من ناحية العدد من السكان الذين تعنيهم الديمقراطية ففي اليونان مثلاً كانت الديمقراطية تمارس بمدينة أثينا فقط في حين أن عدد السكان الذين يعنهم الأمر كان لا يتجاوز 60000 وكان الأمر كذلك فيما يخص روما أما فيما يخص المسلمين - وخاصة في عهد الخلفاء الراشدين - فإن الديمقراطية أو الشورى كانت تمارس في المدينة ، وكانت تتم البيعة بين المسلمين الحاضرين في المدينة وبعض الشيء في المناطق الأخرى .

وكان الإعلام يتم في هذه الديمقراطية بواسطة التجمع والخطاب أو بواسطة الإتصال الشخصي ، وكانت هذه الوسائل البسيطة كافية لنقل المعلومات ول/item الإختيار ، ولكن الملاحظ هو أن دور الإعلام أساسي في هذه الديمقراطيات وهو شرط ضروري لوجود هذه الديمقراطية وانعدامه، يعني تغيير النظام السياسي إلى نظام دكتاتوري أو نظام ملكي لا يحتاج إلى التجمع ليتم تعيين الملك ، أو الخليفة .⁷⁰

أما في أوروبا العصرية التي يبدأ تاريخها من أواخر القرن الخامس عشر تقريراً إلى غاية اليوم، فإن

الدور الذي يقوم به الإعلام يتلخص في أنه مر على مراحلتين:⁷¹

⁶⁸ مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سابق، ص 70-71.

⁶⁹ زهير إحدادن، شخصيات وموافق تاريخية، مرجع سبق ذكره، ص 197-198.

⁷⁰ المرجع السابق، ص 198.

⁷¹ المرجع نفسه، ص 198-199.

المرحلة الأولى: التي واكب فيها ظهور الصحافة ، ظهور الدول الأوروبية ذات نظام ملكي ، أو إمبراطوري وكان الإعلام لا يلعب أي دور سياسي بل كان خاضعا للنظام السياسي القائم يوجهه ويفرض عليه الرقابة ، ويقتصر الإعلام على نشر المعلومات التي يريدها النظام السياسي .

أما المرحلة الثانية والتي تبدأ مع أواخر القرن الثامن عشر تقريبا فتلمس أن الصحافة تتطور فيها و تستعمل في النشاط السياسي ، وقد تزامن هذا مع التطور الاقتصادي والفكري ، وخاصة مع ظهور المطالبة بحرية التفكير والتعبير التي بدأ يعلن عنها الفلاسفة و رجال الفكر خصوصا في إنجلترا وفرنسا مثل ملتون ، و روسو ، و فلتيير ، و بدأت تظهر صحفة معارضة للنظام السياسي تنشر أفكار الفلاسفة ، و تزود قرائها بالمعلومات التي تحكمون على النظام الملكي ، و يطالبون بسيادة الشعب .

ولم تكتف الصحافة بهذا الدور بل أصبحت منبرا ترفع منه أصوات تدعو إلى القيام ضد النظام الملكي ، وإلى إشعال فتيل الثورة ، وأحسن مثال لهذا هو جريدة لوناسيونال _ الوطني – الفرنسي ، التي بدأت حملتها ضد النظام الملكي الفرنسي سنة 1848 ، وتحولت شيئا فشيئا حتى أصبحت لسان حال ثورة 1848.⁷²

دور الإعلام في الجزائر :

ما لا شك فيه أن الجزائر المستقلة عرفت المرحلتين اللتين مرت عليهما أوروبا ، وأننا اليوم ندخل في المرحلة الثانية ولكن بالنسبة لهذه المرحلة يجب الإدلاء بعض الملاحظات الأولية:

- دخلنا هذه المرحلة بطريقة تكاد تكون سليمة.
- الوسائل الإعلامية متنوعة إذاعة، وتلفزيون، صحافة مكتوبة.
- التهبيات القديمة ما زالت موجودة.

ونظرا لهذه المعطيات فإن دور الإعلام في تعزيز النظام الديمقراطي يكون كبيرا وصعبا في نفس الوقت وهذه الصعوبة طبيعية، ولكن يجب تحديدها حتى يمكن التغلب عليها ، ويمكن تلخيصها في بعض النقاط 1- الحق في الإعلام ، 2- العقوبات ، 3- المصلحة العامة.⁷³

وهذه النقاط الثلاثة يغمرها الكثير من الغموض في قانون الإعلام الحالي وتحتاج إذا إلى التوضيح الكافي حتى لا تظهر الإغرافات والتحليلات التي تؤدي لا محالة إلى معاكسة الديمقراطية ، وتشويه دور الإعلام.⁷⁴

⁷² زهير إحدادن، شخصيات و مواقف تاريخية، مرجع سابق، ص 199.

⁷³ المرجع نفسه، ص 200.

⁷⁴ المرجع نفسه.

الفرع الأول: أسلوب المتابعة والتكرار:

لا شك أن أي خبر يتلقاه إنسان ما يدخل حيث دخلت أخبار كثيرة قبله، فإذا وقع هذا الخبر على عقل لم يكتمل بعد ، أو معرفة لم تتم، يستقر في ذهن السامع، بسهولة ويسر.

أما إذا تشكلت لديه المعرفة ، وإنكتمل وعيه حولأغلب الموضوعات، فإن هذه الأخبار قد تمر ولا تؤثر فيه ، أو قد تكون نقطة أخرى في العملية الطويلة الطبيعية التي تكونت من تواردها تلك الطبقات التي ترسّبت في شخصيته، وكيانه، وهنا كان لعملية المتابعة والتكرار أثرها وأهميتها.

وفي هذا الصدد إن أسلوب التكرار أبجح الاساليب وأبجعها ، وأقوم السبل في تغيير آراء الناس وإبعادها.

ويمكن الإستدلال على ذلك تاريخيا ، وعمليا من خلال الدعاية الألمانية مثلا التي كانت تعتمد هذه الأسلوب ، حيث تختار بعض المحاور من الموضوعات والمحاور ، وتتنوعها ، وتحمّل عواطف وميولات الجمهور حولها إلى حد بلوغ الجمهور مرحلة الإقتناع ، والتسليم بها.

ويقول "جوبلز" في هذا أن: "سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناولآلاف الأشياء وإنما في التركيز على بعض حقائق فقط ، وتوجيه آذان الناس ، وأبصارهم إليها مرارا ، وتكرارا.

ويقول "هتلر" في هذا النحو مدعما هذا الإتجاه في كتاب *كافاحي* "عليك بترديد أي قصة مرات ومرات ، ومرات ، ذلك أن الجماهير لا تعلق في آذانها ، وذاكرتها إلا أكثر الأفكار بساطة تلك التي تتردد وتكرر ألف مرة". وكان يرى أن قدرة الكتل الجماهيرية الكبيرة على الفهم ، والإستدلال هي قدرة محدودة للغاية، كما أن قدرتها على الفهم ضئيلة جدا غير أن قدرتها على النسيان هائلة(ضخمة) لهذا يجب أن تحشر في عقول الشعب بعض الأفكار البسيطة يجري التأكيد عليها يوما بعد يوم ، وأسبوعا بعد أسبوع ، وسنة بعد سنة.

الفرع الثاني: أسلوب الصمت والتجاهل:

ونجد هذا الأسلوب في بعض الدول والميادين التي تجد نفسها أحاطت في مجال من مجالات الدعاية وغلطت في ميدان من ميادين الكلمة ، فإنها حينها تتجاهل ذلك الخطأ وتنساه ، ولا تكرره، ولا تعمد للرد عليه لتصحيحه، ذلك أن إظهاره والرد عليه سيزيد من إشاعة ذلك الخطأ والتذكير به، ومن أمثلة هذا الأسلوب في مجالات العمل الدعائي يذهب الغربيون إلى القول أن إتهامات الغرب للإتحاد

السوفياتي كانت تتركز في معسكرات العمل الإخباري، وإخضاع دول أوروبا الشرقية التي تدور في فلك الإتحاد السوفيaticي، ولكن الراديو الشيوعي كما يلاحظ هؤلاء الأنصاريون لم يحاول أن ينفي هذه التهمة بل بتجاهلها ببساطة ، ويدعوه هؤلاء أيضا إلى أن الدعاية الأمريكية تمثل إلى التجاهل المعتمد في ممارستها.

الفرع الثالث: أسلوب التسلسل وتحويل الانتباه:

أن الرأي السائد بين الجماهير بخصوص ظاهرة أو موضوع أو مسألة معينة يصعب معارضته ، أو توجيهه إلى صفة أخرى غير التي هو مسلم بها ، لأن هذه المعارضـة التي تتم من طرف الجهات المركبة في النظام ، أو المجتمع لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ ، كون هذا الرأي يتكون بطريقة تدريجية ، ومتكمـلة زمنيا ووفقا لمتغيرات متداخلة مع بعضها البعض ، وبالتالي يصعب السيطرة على الرأي العام وتوجيهه في كل الأوقات وجميع الحالات.

والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وتأديـه أجهزة الإعلام في مثل هذه الأحوال ، هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار ، أو أكثر أهمية منه ، وخير مثال على ذلك اليوم الذي انفجر فيه الوضع الداخلي في سوريا في صيف 1980 ، حيث أضرـت النقابـات ، واضطهدـت المسلمين ، وسـوأـت الأحوال ، وقد إفـتعلـت سوريا معركة جوية في سماء لبنان مع إسرائيل اـسقطـت طائرـتان سورـيتـان ليـتم تحـويلـ أنـظـارـ الناسـ إلى إـسرـائيلـ ، والـحـربـ معـهاـ، وـلـيـنـسـواـ ماـ هـمـ فـيـهـ، أمـامـ الـبـطـولاتـ الرـائـعةـ، والتـضـحيـاتـ الـبـاسـلـةـ الـتـيـ تـرـدـدـهـاـ أـجـهـزـةـ الـإـعـلـامـ.

الفرع الرابع: أسلوب الإثارة وتحريك العواطف:

يعتمـدـ هـذـاـ الـإـسـلـوبـ عـلـىـ مـلاـحـقـةـ عـواـطـفـ النـاسـ وـتـبـعـهـاـ ، بما يـحـركـ كـوـامـنـهاـ، وـهـذـاـ الـأـسـلـوبـ بما يـتـطـلـبـ منـ كـذـبـ وـمـاـ يـحـتـاجـ مـنـ خـدـاعـ ، يـسـتـلزمـ إـسـتـمرـارـ وـصـولـهـ إـلـىـ أـهـدـافـهـ منـ اـحـتـكـارـ تـوجـيهـ الجـماـهـيرـ ، وـعـدـمـ السـمـاحـ بـوصـولـ آـرـاءـ مـخـالـفةـ ، أوـ دـعـاـيـةـ مـضـادـةـ وـيـزـدـهـرـ هـذـاـ الـأـسـلـوبـ أـثـنـاءـ الـأـزـمـاتـ السـيـاسـيـةـ وـالـإـقـتـصـادـيـةـ وـالـهـزـاتـ الـإـجـتمـاعـيـةـ ، إـذـ تـعـانـيـ الجـماـهـيرـ مـنـ إـنـدـامـ الـقـدـرـةـ عـلـىـ إـسـتـخدـامـ الـعـقـلـ ، وـتـلـمـسـ الـمـنـطـقـ فيـ تـفـسـيرـ ماـ يـدـورـ حـوـلـهـ ، حـيـنـئـذـ تـقـعـ فـرـيـسـةـ لـهـذـاـ النـوـعـ مـنـ الـدـعـاـيـةـ الـبـغـيـظـةـ الـتـيـ تـسـتـغـلـ انـدـامـ التـواـزنـ الـنـفـسـيـ لـدـىـ الجـماـهـيرـ ، وـتـحـركـ فـيـهـاـ الغـرـائـزـ الـهـدـامـةـ، وـلـقـدـ رـأـيـناـ كـيـفـ نـجـحـ هـذـاـ الـأـسـلـوبـ فيـ أـعـقـابـ هـزـيـمةـ حـزـيرـانـ عـامـ 1967ـ يـوـمـ وـقـفـ النـاسـ فيـ غـمـرـةـ سـاـهـوـنـ ، وـإـذـ بـرـجـلـ الـهـزـيـمةـ يـقـفـ خـاطـبـاـ فيـ النـاسـ مـعـلـنـاـ عـنـ تـحـيـيـهـ عـنـ الـحـكـمـ وـتـحـمـلـهـ الـمـسـؤـلـيـةـ كـامـلـةـ فـمـاـ كـانـ مـنـ هـؤـلـاءـ إـلـاـ أـنـ نـسـواـ الـهـزـيـمةـ وـزـادـوـاـ تـعلـقاـ بـصـاحـبـهـاـ.

الفرع الخامس: أسلوب بيان الحقيقة و المصارحة :

وهذا الأسلوب هو الذي يعتمد أساسا على وصول الحقيقة للناس ، لأن الحقيقة في نظره أقوى من الأكاذيب ، والإشاعات ، والتهاويل ، و هذا الأسلوب ينبع من إحترام عقول الناس و حق هؤلاء الناس في حكم أنفسهم بأنفسهم و غالبا ما يكون استخدام هذا الأسلوب لتبعة الجماهير في مواجهة الأزمات التي تواجهها الحكومات ل تستطيع التخلص منها و السيطرة عليها .

الفرع السادس: الأسلوب المتكامل :

وهو الأسلوب الذي يعتمد على الواقع لا على الخيال ، متجنبنا المبالغات و المراوغات و التدليس ، و الكذب ، و هو الأسلوب الذي يضع نصب عينيه حاجات الشعب جميرا الفكرية و الروحية ، و السلوكية ، و المادية ، و المعنوية ، منطلقا لهذه الجماهير ببرامج واعية جيدة مربية ، سلاحه الكلمة الصادقة ، و الفكرة المادفة ، و الحجة السديدة ، وهذا الأسلوب ما لا يوجد في عالمنا اليوم ، الذي تحكمه الرغبات و الأهواء و المطامع و الأحقاد ، و إن وجد هذا الأسلوب يوما من الأيام فما هو إلا لفترة وجiza تخدم مصلحة عارضة أو منفعة زائلة ينتهي بانتهاها.

الفرع السابع: أسلوب الإرهاب:

هذا الأسلوب هو ما تلجا إليه كثير الدول في العالم اليوم لمن يخالفها الفكر و يبانيها الاتجاه ، و لهذا الأسلوب وسائله التي يتحقق بها ، كعملية غسيل المخ التي نسمع بها إذ يعاد تعليم الإنسان في الشكل الذي يراد له أن يسير عليه أو عزل الإنسان عن الحياة العامة و حرمانه من النوم و الطعام و التفكير و استعمال الأساليب الإجرامية كافة معه و محاولة إذلاله ، و تسليط الإعلام المعادي عليه في جميع الأوقات من دروس مدبرة ، إلى إذاعات موجهة ، إلى مواعظ مدجحة و أكثر ما يستعمل هذا الأسلوب في عصرنا تجاه المسلمين ، الذين يحاولون الاستمساك بدينهم ، و الاعتصام بشريعتهم ، و خلع طاعة الأصنام من رقابهم ، وما حدث في مصر ما بين عام 1954 و 1966 و يتكرر اليوم و ما يحدث في سوريا و ليبيا في هذه الأيام مع دعاة الإسلام ، لشاهد صدق على ما ذهبنا إليه.

المبحث الثاني: الإعلام والسياسة:

المطلب الأول: الإعلام والإتصال السياسي:

إحتل الإعلام في العالم المعاصر مكانة متميزة في مختلف جوانب السياسة الداخلية والخارجية للدول، ويمكن أن نلمس يوما بعد يوم هذا الدور للإعلام وتأثيره على الحكم ،وصنع القرار السياسي ،ويتعاظم الدور الذي يؤديه الإعلام في سياسات الدول الداخلية والخارجية على حد سواء، وقد غدا الإعلام أداة مؤثرة في صناعة القرار السياسي ، والتأثير على متاحدي القرار لاسيما في الأنظمة الديمقراطية.

ولمعرفة طبيعة العلاقة بين الإعلام والإتصال السياسي لابد أولا أن نعرف ما هو الإتصال السياسي :

الإتصال السياسي أحد نماذج علم الإتصال، فهو يعبر عن مجموعة من الرسائل المرسلة من جهة الحكم (رجال السلطة) إلى الناخبيين بالإعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات، خطابات.... وهكذا بين الإتصال السياسي بأن له هدف المهيمنة والتحكم بسلوك الجماعات.⁷⁶

والإتصال عنصر هام وشائع في الحياة الإنسانية ككل، ومن ثم لا نعدم وجوده في كافة مجالات النشاط الاجتماعي ، فكل مواطن أو موظف حكومي لابد أن يعتمد في حياته الخاصة و مباشرته لمسؤولياته على المعلومات التي يتلقاها ، وفعالية الرسائل التي يبيتها، وكل الوظائف التي يؤديها النظام السياسي إنما تتم من خلال الإتصال ، فالآباء والمعلمون، ورجال الدين يمارسون دورهم في عملية التنشئة السياسية من خلال الإتصال ، وقادة جماعات المصلحة ، وأعضاء المجلس النيابي، وزعماء الأحزاب يمارسون وظائفهم التعبيرية عن طريق نقل المطالب، أو تأييد السياسات، والمشروعون يبنون القوانين على أساس المعلومات التي تنقل إليهم، ومن خلال الإتصال فيما بينهم ، وبالعناصر الأخرى داخل النظام السياسي.⁷⁷

إن طبيعة العلاقة المتفاعلة بين الصحافة والإعلام وصانعي القرار السياسي لم يتم استجلاؤها بالقدر الكافي بعد، ونادرًا ما يتصدى الباحثون السياسيون والإعلاميون لهذا الموضوع بهدف تشخيص وتحليل المؤثرات الصحفية و الإعلامية على عملية صنع القرار ، ولكن الدارسين الأمريكيين كانوا أكثر

⁷⁶ علاء حميد، مجلة النبأ، العدد 83، 2006.

⁷⁷ السيد عبد الحليم الزيات، التنمية السياسية(دراسة في علم الاجتماع السياسي)، تقسم محمد عاطف غيث، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ج 1، 2002، ص 224-225.

إسهاما من سواهم في التصدي لدراسة العلاقة القائمة بين الصحافة ، وصنع القرار السياسي⁷⁸، ويرى

دارسو الإتصال السياسي أن وسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على القرارات السياسية⁷⁹، وذلك لسبعين إثنين:

- الأول: أن وسائل الإعلام تؤثر في القرارات السياسية، وذلك لأنها تنقل إتجاهات الرأي العام تجاه القضية المعنية، أو تحجبها عن صانع القرار.

- الثاني: أن صانع القرار يعتقد في أهمية هذه الوسائل، حيث ينظر إليها كمقاييس لرد فعل الناس تجاه سياساته وقراراته.

إن أثر الصحافة في صنع القرار السياسي يرتبط إرتباطا وثيقا بطبيعة النظام السياسي القائم ، فهو دور يقوى في الدول الليبرالية التي تحول فيها الصحافة إلى سلطة رابعة ،ويضعف في الدول الإشتراكية التي تكون فيها الصحافة أدلة توجيهية.

و نستطيع القول أن الصحافة أو الإعلام يمثل عدة معايير هامة أو مجموعة من المصادر الأساسية بالنسبة لصنع القرار تتمثل في:أنها مصدر للمعرفة،مصدر للتقدير ، مصدر لمعرفة الرأي العام وقياسه، مصدر لمعرفة أولويات القضايا، ويمكن شرح هذه النقاط بالتفصيل فيما يلي:

الفرع الأول: الإعلام مصدر للمعرفة السياسية:

إذ يمكن القول بأنه بالرغم من توفر قنوات توصيل رسمية خاصة بالمصالح السياسية في كل دولة ، فإن صانعي القرار يلحاؤن في العادة إلى "الصحافة" للحصول على معلومات متطرفة عن الأحداث الدولية و ردود فعل الجهات الدولية الأخرى نحوها.⁸⁰ أن الحكومات تحصل على جزء من المعلومات المتعلقة بحدث دولي ما عبر وسائلها الرسمية ، وغالبا ما تبعث سفاراتها بتقارير تقييمية عن تطور معين و ترك المسؤولين في وزارة الخارجية يعتمدون على الصحافة في إيراد تفصيلات موسعة عن ذلك التطور و تتجلى أهمية الصحافة كوسيلة للإتصال السياسي في معرفة حالات الحروب و النزاعات السياسية التي تقطع أنفائها العلاقات الدبلوماسية و التجارية و الثقافية... أخ يحيث تحرم من أن تحصل عبر وسائل إتصالها الخاصة على معلومات عن الطرف الآخر . وفي حالة حروب كثيرة كالحرب العراقية الإيرانية و حرب الخليج ، برع دور " المراسل الحربي " للصحافة المحلية و الدولية في نقل أخبار الحرب و تطوراتها،

⁷⁸ محمد حمدان المصالحة،الإتصال السياسي(مقترب نظري تطبيقي)،الأردن ،عمان:دار وائل للنشر والتوزيع ،ط2،2002،ص96.

⁷⁹ عزيزة عبده، الإعلام السياسي و الرأي العام(دراسة في ترتيب الأولويات)، مصر ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط1،2004،ص162.

⁸⁰ محمد حمدان المصالحة ،مراجع سبق ذكره،ص100.

بل إن الصحافة تلعب دورا " قناة توصيل" بين الطرفين المترارعين في ظل القطيعة القائمة في قنوات الإتصال المعتادة.⁸¹

إن إستكشاف دور الصحافة كآداة لمعرفة ما يدور في البيئة الدولية يتضح من الحرص الذي تبديه أجهزة الصناع الخارجية في الإحتفاظ بأجهزة " التيكرز" على سبيل المثال حيث تمثل هذه الأجهزة مصدر رئيسي لأعضاء الكونغرس الأمريكي و البرلمان البريطاني.

الفرع الثاني: الإعلام مصدر لتقدير الوضع السياسي:

يولي صانعوا السياسة إهتماما بالإعلام و الصحافة ليس من أجل المعرفة فحسب بمن يستجد من تطورات دولية ، وإنما من أجل تكينهم من تقدير الأحداث و الحصول على الأفكار من الآراء التي يطرحها المحللون المختصون في الصحافة حول معالجة المشاكل و المواقف التي ينبغي إتخاذها.⁸²

وهناك مظهر آخر للتقدير تقدمه الصحافة لصناع الآراء يتمثل في الإعتماد الكبير للدبلوماسيين على التحليلات والإفتتاحيات الصحفية خصوصا في بلدان العالم الثالث ، حيث تعكس الصحافة معظم آراء السلطة السياسية و موقفها إزاء القضايا الدولية الخارجية و أيضا الداخلية على السواء.

وعليه فإن الآراء و التقييمات وربما أيضا المقترنات التي يدفع بها هؤلاء الدبلوماسيين حكوماتهم المعتمدة على الصحافة ، تكون أحد الأسس التي تستند إليها عواصمهم في صناعة القرار السياسي.⁸³

الفرع الثالث: الإعلام مصدر لمعرفة موقف الرأي العام:

يهد الإعلام ووسائله المختلفة صناع القرار السياسي بعنصر هام و مؤثر في عملية صنع القرار ، ويتمثل في عرضها لإتجاهات الرأي العام، كما ينشرها الإعلام يمكن أن تسترشد بها القوى و المؤسسات السياسية التي تشتراك في صناعة القرار كمصدر لقياس إتجاهات الرأي العام ، كما أن الإعلام يشكل في نفس الوقت مصدرا لتحديد إتجاهات و المواقف التي تبنيها السلطة السياسية وتتولى طرحها على الجماهير لمعرفة صداتها على الرأي العام ، إذ أن صانعي القرار في المجتمعات الديمقراطية بإمكانهم التنبؤ بموقف الرأي العام ، وذلك من خلال ماقدمه الصحف ، و وسائل الإعلام المختلفة من تقدير وتحليل للأحداث.⁸⁴

⁸¹ المرجع نفسه، ص 101.

⁸² المرجع السابق.

⁸³ المرجع نفسه، ص 102.

⁸⁴ عزيزة عبده ، مرجع سابق، ص 164.

الفرع الرابع: الإعلام مصدر لمعرفة أولويات القضايا:

تمثل الصحافة معيار هام لصنع القرار في ترتيب أجنداتهم السياسية ذلك أن الصحافة بإعطائها "أولوية" أو "تركيز" على مشكلة معينة، إنما تعتمد إلى حد ما إلى وضعها في مقدمت الموضوعات التي تجذب إهتمام صانعي القرار السياسي ، و بالتالي تتدخل في تشكيل قائمة ⁸⁵ الإهتمامات لديهم .

وهكذا يولي صانعوا السياسة إهتماما بالصحافة ليس من أجل المعرفة فحسب ، وإنما من أجل تمكينهم من تقييم الأحداث من الآراء التي يطرحها المختصون في الصحافة أولى معالجة المسائل، و الموقف التي ينبغي إتخاذها فما تنشره الصحافة يمكن أن تسترشد به القوى و المؤسسات السياسية التي تشتراك في صناعة القرار. وعليه مما سبق نستخلص الحقائق التالية بشأن علاقة الصحافة بصناعة القرار السياسي :

1/- دور الصحافة في التأثير على صناعة القرار يتناسب طرديا مع حريتها في نقل الأخبار عن الأحداث السياسية

2/- تستطيع الصحافة أن توجه أنصار صانعي القرار حول الأحداث الخارجية كما تساعد في تكوين رؤاهم و أفكارهم عن هذه الأحداث ، و بالتالي الإسهام في تشكيل القرار المتخذ .

3/- تساعد الصحافة في نقل الأنباء و ردود الفعل عليها بين مختلف أنحاء العالم ووحداته السياسية ، فيما يمكن صانعي القرار من معرفة ما يجري بسرعة تتفوق على قنوات الإتصال الرسمية الأخرى.

4/- تعكس الصحافة في مجتمع ديمقراطي ، أثر الرأي العام المحلي على صانعي القرار بحيث يستجيبون في مواقفهم و قرارتهم .اء قضية خارجية لما تعبّر عنه الصحافة بإحدى قنوات الرأي العام .⁸⁶

5/- وأخيرا فإن الصحافة هي الوسيلة المثلثي التي من خلالها تحصل الأحزاب المعارضة في البرلمان أو خارجه على معلومات عن سياسة الحكومة ، و لهذا غالبا ما نلمس مناقشات البرلمانات إشارة إلى ما قالته الصحفة (س) أو ما أورده وكالة الأنباء (ص). و هكذا كدليل على إعتماد صانعي القرار السياسي على الصحافة في إستيقاء معلوماتهم و بالتالي التأثير على مواقفهم و قرارتهم.

كما أن الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام تتفوق و تطغى على كافة وظائفها الأخرى. بل إن للصحافة وظيفة سياسية بالدرجة الأولى. و عليه فإن للصحافة أدوار و مهام سياسية يمكن تحديدها فيما يلي :

⁸⁵ المرجع نفسه.

⁸⁶ عن ليлиا بو غوندة، الصحافة الجزائرية وترتيب أولويات الرأي العام، رسالة ماجستير من جامعة قسنطينة، إشراف صالح بن نوار، 2006-2007.

1 التنشئة السياسية للأفراد:

فقد أصبحت من الأمور الحامة التي توليها الدول الديمقراطية إهتماماً بالغاً ، فالتنشئة السياسية هي العملية التي يتم بمقتضاها الإبقاء على الثقافة السياسية و تغييرها في الوقت ذاته. و من خلال هذه الوظيفة يتم إجذاب الأفراد إلى الثقافة السياسية و تشكيلاً إتجاهاتهم إتجاه الأغراض السياسية.⁸⁷، فعملية التنشئة السياسية عملية متكاملة الجوانب في بناء الشخصية السياسية للفرد فهي العملية التي تكسب الفرد القيم و المعتقدات و الإتجاهات من خلال عملية أشمل يمكن أن نطلق عليها المعرفة السياسية أو للتربية السياسية الأفراد و الجماهير.

2 تحفيز الأفراد على المشاركة السياسية :

والمشاركة السياسية هي تلك الأنشطة الإختيارية أو التطوعية ، التي يسهم أفراد المجتمع على طریقاً في اختيار حکامهم و في صنع السياسة العامة ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.⁸⁸ و من أمثلة المشاركة في النشاطات السياسية المباشرة ، عضوية الأحزاب و الترشح في الإنتخابات ، و الإشتراك في مناقشة القضايا العامة. أما النشاط غير المباشر فيتمثل في أضيق معانيه في حق المواطن في أن يراقب القرارات السياسية بالتقدير و الضبط عقب صدورها من جانب السلطة الحاكمة.

و تقوم الصحافة ووسائل الاعلام بتحفيز الأفراد على المشاركة السياسية من خلال الدعوة المستمرة إلى التصويت و الترشح و التوعية الإيديولوجية و القضاء على اللامبالاة لدى الأفراد ، وذلك بحث الأفراد على المشاركة في الرأي العام.⁸⁹ وتكون وجهة النظر الشخصية القائمة على الحوارالسليم و الجدل و النقاش المشرم، وهذا يعني اعتقاد الفرد على الإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع الذي يهیش فيه. وأنه ليس مجرد رقم في صفوف الجماهير . فلا يقبل أن يجعل من ذاته مجرد جهاز يستقبال لكل شئ صادر من قبل السلطة دون تفكير وتحمیص.⁹⁰ ووسيلة الصحافة في ذلك هي شد الإنتماء بشتى وسائل الجذب الصحفي في أسلوب وشكل الإهتمام بالجذب من خلال المضمون الإخباري والإعلامي .

3 التأريخ السياسي للأمة:

⁸⁷ جمال مجاهد ، الرأي العام وطرق قياسه (الأسس النظرية والمنهجية) ، الإسكندرية: الدار الجامعية ، 2005 ، ص 185.

⁸⁸ المرجع نفسه، ص 188.

⁸⁹ عزيزة عبد، مرجع سبق ذكره، ص 130.

⁹⁰ المرجع نفسه.

فعلى الصحافة أن تأخذ على عاتقها مهمة التاريخ السياسي ، من خلال تسجيل وقائع الحياة الإجتماعية والتاريخية و الإقتصادية التي تتواли على الأئم الشعوب بأعتبارها مصدر من مصادر التاريخ.⁹¹ ويمكن الرجوع إليه في الوقت المناسب ليكون عونا للجماهير على تكوين رأي عام واعي وصائب تجاه قضية ما ، وتجاه الأحداث السياسية الطارئة على الصعيد العربي و العالمي ، أو تلك التي تمس أمته مسا مباشرا على الصعيد الداخلي . وهكذا يمكن للصحافة أن تساهم في تشكيل وعي الأفراد من خلال رصد الواقع و الإحتفاظ بها كرصيد للمواقف و الأحداث الطارئة ، و كتراث تاريخي للأجيال.

4 الشقيق السياسي:

وذلك بتزويد الفرد بشتى المعارف في مختلف المجالات و الميادين و المفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية ، فالصحافة كإحدى وسائل الإعلام قادرة على تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع و تهيئة الظروف السياسية الملائمة للتنمية و إحداث تغير للقيم و المعتقدات بما يكفل التحول السياسي الذي يساعد على التطور و النهوض بالمجتمع. كما أن الصحافة قادرة على محاربة الصور السلبية التي تعيق حركة التطور في المجتمعات.⁹² . كما تقوم الصحافة بمداد الفرد بالإعلام السياسي من خلال معرفته بالقضايا و الموضوعات و الأحداث السياسية سواء في الداخل و الخارج.⁹³ و ذلك في إطار تحريري و فني مناسبين يعينان الأفراد على الاستيعاب و الفهم السريع لهذه المضامين السياسية المرسلة من خلال صحفته المفضلة ن و بالتغطية الإعلامية الواجبة حتى يصل الجمهور إلى درجة جيدة على نحو كاف من الإلمام بشتى المواضيع و الشؤون السياسية المحيطة به . و هذا الأمر الذي يتم غالبا بصورة إيجابية .

و نستخلص مما سبق أن الصحافة المكتوبة تلعب دورا مهما في القطاع السياسي لكن طريقة آدائها لهذه الوظيفة يختلفا واسحا من مجتمع إلى آخر. ففي دول العالم الثالث يسخر الإعلام ليبلغ الناس رغبة السلطة في التعبير من أجل إحداث التنمية ، و يشرع هذه الرغبة حتى يقع الإقتناع بها.⁹⁴ أما في المجتمعات الليبرالية فإن هذه الوظيفة تجسد في نشر البيانات و المعلومات عن اتجاهات و خطوط الحكومة، و على الصحيفة أن تناقش المضمون و تقترح ما يجب القيام به لحسن تنفيذ هذه الخطط في

⁹¹ فاروق أبو زيد، مدخل الى علم الصحافة، القاهرة : عالم الكتب، ط2، 1998، ص 75.

⁹² عزيزة عبده، مرجع سابق، ص 132.

⁹³ المرجع نفسه، ص 130.

⁹⁴ سعاد فريسط، الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر، دراسة تحليلية بجريدة النصر والخبر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم إجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع جامعة متواري، قسنطينة، الجزائر، 2002-2003، ص 45.

حال إقتناعها لظهور بعدها رد الفعل الشعبي إتجاه تلك الخطط و السياسات ، مما يكشف عن إتجاهات الرأي العام، فيساعد على إتخاذ القرار السياسي الصحيح الملائم للرغبات الشعبية .⁹⁵ أما المجتمعات الإشتراكية فإنها تنظر للوظيفة السياسية للصحافة كونها عملية الدولة أو الحزب، و الإبعاد عن كل ما يهدر استقرارها، فالصحافة ملك للسلطة و حتى إن تكن كذلك فهي مجرة على أن تدعم السياسة العامة وخدمة الحزب.

ومن بين الوظائف السياسية لوسائل الإعلام أيضا ذكر:⁹⁶

- 1 الإعلام الخارجي والتي تسعى إلى التعريف من خلاله بضارتها ، ومصالحها على نطاق دولي واسع من خلال مختلف الوسائل الإعلامية المتاحة.
- 2 وجود منابر وجمعيات وأحزاب تسعى إلى امتلاك الوسائل والقنوات الإعلامية الموضحة لبرامجها السياسية.
- 3 أداة قمعية في يد السلطات التي تتبع في قيادة العمل الإعلامي مناهج النظرية الاستبدادية في الإعلام.

المطلب الثاني: الإعلام والرأي العام:

لدراسة أو رصد العلاقة بين الرأي العام والصحافة لابد أولاً من معرفة ما هو الرأي العام وما المقصود من هذا المفهوم؟.

يتتألف الرأي العام من لفظين هما رأي وعام، وكلمة رأي في حد ذاتها تعبر عن أمر يقبل الشك ، ولهذا فالرأي معناه عدم الجزم بصحة الأمر، أما الكلمة عام فالمقصود بها الجماعة التي تشتهر في الرأي ، والرأي العام هو الرأي السائد بين الأغلبية الوعية بما يدور حولها من أمور بالنسبة لموضوع أو لأكثر يمسها ، ويحتمد فيها الجدل والنقاش لفترة معينة.⁹⁷

ويعرف "دوب" الرأي العام بأنه مجموعة إتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.⁹⁸

⁹⁵ المرجع السابق، ص 46.

⁹⁶ حسين عبد الجبار، إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، الأردن، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، 2009، ص 170.

⁹⁷ للمزيد أنظر: عزيزة عبد، الإعلام السياسي والرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 136.

⁹⁸ عاطف عدلي العبد، الإتصال والرأي العام، القاهرة : دار الفكر العربي، 1993، ص 102.

في حين أعطى له "جولت" تعريفا آخر أكثر شمولية بأنه: "فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة".⁹⁹

و يعرف "البيج" الرأي العام من خلال عدة تعريفات :¹⁰⁰

- الرأي العام هو الناتج عن عملية تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما.

- الرأي العام هو تعبير أعضاء الجماهير عن الموضوعات المختلفة عليها فيما بينهم.

- الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبر عن رأي الأغلبية.

والرأي العام هو تعبير عن آراء ، وأحكام ، ورغبات ، واتجاهات عامة للمجتمع .¹⁰¹

وهناك من الباحثين من يرى أن الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ما بعد

مناقشات علنية مستفيضة.¹⁰²

وتوجد أنواع عديدة للرأي العام طبقا للعديد من المعايير فعلى حسب النطاق الجغرافي : الرأي العام الإقليمي ، وهو الرأي العام السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة في فترة معينة نحو قضية، أو قضايا هذه الشعوب. والرأي العام العالمي ويقصد به الإتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد أو التي تعكس توافقا في الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة، وهو سمة من سمات المجتمع الدولي العام. والرأي العام وفقا لقصر الزمن وهو حسب بعض الباحثين ينقسم إلى ثلات أنواع هي: الرأي العام اليومي الذي يتاثر بالحوادث اليومية ، وجريات الأمور وتغذيه بصفة خاصة الأحداث السياسية الجارية والمناقشات البرلمانية ، وما تنشره وسائل الإعلام المختلفة والشائعات والمصالح المباشرة للجماهير ، وهو عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا ويتقلب من يوم لآخر، وثانيا الرأي العام المؤقت: وهو الذي يتم حول حوادث طارئة ويزول بزوال المشكلة أو الحادثة ، وهذا النوع من الرأي العام لا يصلح أن تقام عليه دراسات على عكس الرأي العام الدائم، هذا الأخير الذي يدوم فترة طويلة وتصفه بالإستقرار ويتأثر بالعوامل الحضارية. أما الإتجاه الآخر فيقسم الرأي العام حسب درجة وضوحه، وهو بدوره يقسمه الخبراء إلى نوعين هما الرأي العام الفعلي أو الواقعي ، والرأي العام الكامن أما الأول فيظهر فيما تنشره الصحف ،

⁹⁹ المرجع نفسه، ص 103.

¹⁰⁰ المرجع نفسه.

¹⁰¹ محمد نصر مهنا ، في تنظير الإعلام (الفضائيات العربية . العولمة الإعلامية . المعلوماتية) ، مؤسسة شباب الجامع، الإسكندرية، 2003، ص 197.

¹⁰² المرجع نفسه، ص 198.

وتتناوله وسائل الإعلام المختلفة وفيما يظهره الناس في أحاديثهم ومناقشاتهم من تعليقات، وأما الثاني فهو الذي يوجد إذا كانت هناك مشكلة معينة تتطلب إتخاذ موقف معين، وبالرغم من إحساس الناس بها إلا أن رأيهم لم يتحدد بوضوح، ولم يتحول إلى سلوك إيجابي. أما التقسيم الآخر فهو تقسيم الرأي العام طبقاً لدرجة صراحته، وهنوعين أيضاً، الرأي العام الصريح، والرأي العام المستتر، أما التقسيم الأخير فعلى حسب درجة تأثير الرأي العام وتأثره: حيث يقسم الباحثون إلى ثلاثة أنواع ، وهي الرأي العام القائد (النابه)، الرأي العام المثقف، والرأي العام المنقاد(المنساق).¹⁰³

ويتسم الرأي العام بعدة خصائص وهي:¹⁰⁴

- مدى إنتشار الرأي العام بين الجمهور الذي يقاس رأيه حول القضية موضوع الرأي العام.

- إستمرار الرأي العام حول قضية ومدى هذا الإستمرار.

- شدة الرأي العام وقوته بين الجمهور إزاء القضية أو المشكلة أو الموقف.

- معقولية الرأي العام، ومدى ارتکازه على أساس منطقية مقبولة.

إن تأثير الصحافة على الرأي العام ينبع عن طبيعة هذه الوسيلة شكلاً ومضموناً. فالصحيفة تتکيف شكلاً ومضموناً مع إمكانیات القارئ وقدراته الفكرية و الثقافية. فهي تستجيب له وتتكيف مع تلك القدرات ، ومع رغبات القراء في التمهل والإسترجاع ، إضافة إلى كونها تحول إلى وثيقة يمكن الإحتفاظ بها و الرجوع إليها عند الحاجة. أما من ناحية المضمون فللصحيفة إمكانیات هائلة على التنوع و على مخاطبة مستويات متعددة من القراء ، فلطلاب الخبر صفحته، ولطلاب الإفتتاحية زاويته، ولطلاب التعليقات السريعة ، أو الكاريكاتير ، أو الأخبار الإجتماعية، أو الثقافية الروايا و الصفحات في الصحيفة .¹⁰⁵

فضلاً عن ذلك ، فقد أصبحت الصحف اليوم قادرة على إجتذاب مستويات متنوعة من الكتاب و المفكرين و المعلقين ، وقد أضيفت إلى الصحافة اليوم إمكانية الإنتشار العالمي عبر وسائل الطباعة الإلكترونية و عبر الأقمار الصناعية.

ما سبق بحد الصحافة تؤثر على الرأي العام عن طريق الخبر و التعليق أو العمود ، وعن طريق الإعلان ، و الصور ، و الرسوم الكاريكاتورية إلى آخر الأمر . فالمادة الرئيسية لصحف العصر الحديث

¹⁰³ عن: غازي إسماعيل رباعية، الرأي العام وال العلاقات العامة، عمان: دار البشير للنشر، 1988، ص 16 - 20.

¹⁰⁴ المرجع نفسه، ص 21.

¹⁰⁵ هاني رضا، رامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع، 1998، ص 115.

هي الخبر ، وغلى جانب تأثير تقدم الصحف المعلومات ، و الآراء ، و الأفكار التي تساعد أفراد المجتمع على تكوين رأي صحيح في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية ، والاجتماعية والإقتصادية . وبذلك تساعد الصحف في إرشاد الناس وتنقيفهم ، وتكوين الرأي العام لديهم عن طريق شرح هذه المعلومات والآراء ، وتحليلها ، وتفسيرها و التعليق عليها .¹⁰⁶ وتأثير الصحيفة في الرأي العام المثقف و المنقاد، كما تتأثر بالرأي العام القائد لأن أصحابه غالباً ما يكتبون المقالات أو الأخبار التي تدور حولهم، وقد تتأثر أحياناً بعض الآراء الواردة عن الطبقات المتوسطة على شكل رسائل القراء أو أسئلة لطلب الإجابة عنها وعن طريق تكرار الصحيفة لفكرة معينة في أكثر من قالب أو أكثر من شكل من أشكال التحرير الصحفي ، فإن ذلك يؤدي إلى بث هذه الفكرة في عقول الأفراد وجعلهم يتحدثون عنها كأنها أفكارهم لأن الفرد يقرأ الفكرة في صورة خبر ، ثم في صورة مقال ، ثم حديث صحفي ، ثم يوماً بعد يوم ذلك إلى التأثير في عقول الأفراد وبث فكر معين لديهم .¹⁰⁷ وهذه الصحف تعرض الأخبار والأفكار من زاويتها هي ، وقد تصبح الأخبار تأتي بنتائج مختلفة من ناحية الإعلام و الدعاية . هذا فضلاً عما للرقابة التي تعرضها الحكومة عن الصحافة من آثار بعيدة المدى إذ أنه كلما زاد إشراف الدولة على الصحافة إزدادت السيطرة البيروقراطية على الرأي العام.¹⁰⁸

وقد أصبحت الصحافة أداة سهلة لتكييف الرأي العام خصوصاً وأن معظم الناس تتھيأ لهم فرص متساوية لكي يتعلموا و يتثقفوا . ومعنى هذا أن الصحافة أصبحت مدرسة الشعب و تستطيع من دون شك أن تسدي خدمات جليلة إذا ما أحسن توجيه القوة الخطيرة التي في قبضتها .¹⁰⁹ ولهذا فالمحررين في الغالب لا يصلون إلى نفس النتائج التي يرجونها من وراء مقالاتهم الرئيسية، ولكن موالية الكتابة عن فكرة معينة في قالب مختلف من وقت لآخر تثبت الفكرة في النهاية في أذهان القراء وعلى قدر سياسية الكاتب السياسي الداعي يتشكل الرأي العام .

و الواقع أن الصحف الحزبية تسلط على أذهان القراء وهي التي تبث في عقولهم أفكارها التي تغوص من يوم إلى يوم في اللاشعور، فإذا هم يتحدثون بعد ذلك بهذه الأفكار كأنها هي أفكارهم .¹¹⁰ ولهذا كان للصحافة الفضل الأول في التطورات السياسية، والإقتصادية، والاجتماعية في العصر الحديث.

¹⁰⁶ عبد الوهاب كحيل : الرأي العام والسياسات الإعلامية، القاهرة: مكتبة المدينة، ط2، 1987، ص100.

¹⁰⁷ محمد نصرمنا، مرجع سابق، ص 230-231.

¹⁰⁸ غازي إسماعيل رباعة ، مرجع سابق، ص 65.

¹⁰⁹ حسين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، 1997، ص 49-50.

¹¹⁰ المرجع نفسه، ص 50.

فقد لعبت دورا هاما في نجاح الثورة الفرنسية و الحركات القومية في أوروبا ،وساهمت في ترسيخ الديمقراطية في القرنين التاسع عشر و العشرين. و خاصة بعد الحرب العالمية الأولى ،وأحدثت تطورات دستورية لمعظم بلدان العالم حتى ذهب أحد الكتاب وهو "إميل دي جيردان" إلى القول أن "الصحافة هي السلطة الرابعة".¹¹¹

ومن هنا لا يمكنه ملاحظة الأدوار الفعالة التي تقوم بها وسائل الإعلام والإتصال الجماهيري من كتب وصحف وسينما وأشرطة تسجيل وغيرها من كافة المصنفات الأخرى، ولكن يجب التركيز على الإذاعات المرئية والمسموعة لإتصالها المباشر بالجماهير الغفيرة، بشتى قطاعاتها من الصفة إلى الأميين من العامة،على ما هنالك من فروق بين الإذاعات المسموعة المرئية التي كانت تلعب دورها في نطاقات محدودة تجاوزتها الآن بالأقمار الصناعية والأنترنét.¹¹²

وإذا ما شئنا ضرب مثال على ما تؤديه وسائل الإعلام من تأثير على الرأي العام خاصة الإذاعة فإن الإذاعة البريطانية **bbc** خير مثال على ذلك ،حيث فيها تمثل الخدمات التي تachat المستويات المحلية من ناحية والمستويات العالمية من ناحية أخرى ، بشكل يكاد يصل إلى مرتبة الكمال، ولكي تضفي هذه الإذاعة على أخبارها الحيوية التي تستهدف الإستحواذ على أذن السامع فإنها تتبعها عادة إما بتعليقات تتناول قضايا الساعة التي تدور حول هذه الأخبار، أو رسائل صوتية من مراسليها في مختلف البلدان الذين يتبعون هذه الأحداث عن كثب.¹¹³ وهناك أيضا برامج سياسية تقوم على تحليل الأحداث الكبرى ، وتمثل لها بالبرامج الذي كان يذاع في ذلك الوقت من حلقات أسبوعية تحت إسم "why many resons" فهذا البرنامج يتناول بالمعالجة المستفيضة التورط الأمريكي في الفيتنام.¹¹⁴

ومن الكلمة المسموعة ننتقل إلى الكلمة المسورة والمقترنة بالصورة كما تمثل في التلفزيون والسينما، والتلفزيون على ضيق مجده نسبيا بالمقارنة بالإذاعة ،يلعب في العصر الحديث دورا بالغ التأثير في النطاقات المحلية ،والقومية ،والدولية، لقدرتها على إستهواء الناس، وهو لا شك من أهم ،الوسائل الإتصالية الجماهيرية التي تستخدم على أوسع نطاق في مجالات الإعلام، والتعليم والتسلية، وهذه الحالات

¹¹¹ المرجع السابق،ص 52.

¹¹² إسماعيل على سعد،الإتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي،دار المعرفة الجامعية،ط 1،2002،ص 117.

¹¹³ المرجع السابق،ص 118.

¹¹⁴ المرجع نفسه، ص ص 118-119.

جميعاً ترتبط إرتباطاً وثيقاً بعمليات صياغة الرأي العام من خلال إيديولوجيا القائمين عليها ، وغنّ كان بعضها يتوضّح بأردية التلقائية المفعولة التي تناهى بها عن شبّهة الإنحياز.¹¹⁵

ومن ناحية تكوين الرأي العام تقع على جميع وسائل الإعلام وخاصة الصحافة مسؤولية كبيرة ، فينبغي أن يحاط الجمهور بالأخبار الدقيقة التي هي غذاء الرأي العام و المادة التي يعتمد عليها في تكوين معلوماته آرائه سواء من الأخبار الداخلية أو الخارجية ، وينبغي أن تكون هذه الأخبار كافية لإحاطة القارئ بما يجري داخل بلاده أو خارجها من أحداث هامة. فالرأي العام مبنياً على أساس سليم في مجال السياسة الدولية مثلاً ، إذا كان الشعب مزوداً بالمعلومات الصحيحة الكافية عن الشعور بالأخرى و العلاقات الدولية ، ومن هنا تظهر أهمية الأخبار الخارجية في الصحافة . بالإضافة للأخبار و التقارير ، والأعمدة ، والإفتتاحيات فإن الصحافة تأثر على الرأي العام عن طريق الصور الفوتوغرافية والرسوم العادية ، والكارикاتورية . هذه الوسائل تكون أحياناً أوقع أثراً في نفس الكلمات و تحدث الإستجابة في الحال للمعنى المقصود، والمحيلة أسرع بطبعتها في إدراك الصورة منها في إدراك العبارات اللغوية. كما أن استخدام الصورة أيسر بالنسبة للذين لا يستطيعون القراءة، كما أن الصورة تعكس الحقيقة بدقة، وبهذا فهي تساعده على تكوين الرأي العام إلى جانب الوسائل المكتوبة .¹¹⁶

ولكن من الخطأ أن نعتقد أن الصحافة هي صانعة الرأي العام ، أو هي وحدها المؤثرة فيه على الدوام ، فالأصح من ذلك أن يقال إن الصحافة تأثر في الرأي العام وتتأثر به وتقود هذا الرأي وتنقاد له. وبالتالي ذلك لاينفي مطلقاً أن الصحافة من أقوى وسائل الإعلام إلى غاية الآن . وأنها من أقدر هذه الوسائل على تكوين الرأي العام.¹¹⁷

وعلينا إذا أن نلاحظ هذين الأمرين معاً عندما نتحدث عن تأثير الصحافة على الرأي العام .
هذا وقد اتفق على ضرورة توفر بعض الشروط في الصحافة ليمكنها من تأدية دورها في التأثير في الرأي العام. وهي:¹¹⁸

1- أن تعرف الصحافة وظيفتها ودورها الفعال في تكوين الرأي العام المستنير، فلا تجعل الكسب المادي يطغى على تأييدية واجبها تجاه الرأي العام .

¹¹⁵ إسماعيل علي سعد، مرجع سبق ذكره، ص 121-122.

¹¹⁶ عبد الوهاب كحيل، مرجع سبق ذكره، ص 101.

¹¹⁷ غريب سيد أحمد، 2002، ص 226.

¹¹⁸ المرجع نفسه، ص 227.

2- أن تحافظ على الروح القومية السائدة في الوطن ، لا تنشر ما يسيء إلى هذه الروح. ويجب دائماً أن تبتعد الصحافة عن أثر النفوذ الأجنبي مهما كانت الظروف.

3- أن تبتعد عن ترويج الإشاعات ، وأن تعمل على نشر الأخبار الصحيحة وأن تتحرى الحقيقة.

4- أن تبتعد عن الأمور التافهة وأن تكتم بالمسائل و القضايا المهمة ، وتستعرض آراء المتخصصين وتتيح لأفراد الشعب أن يناقشوا ما يهمهم من مشكلات وتعرف على وجهة نظرهم عن طريق الإستفتاءات حتى يمكن في النهاية للرأي العام أن يكون رأياً ناضجاً ومستنيراً.

وفي هذا الصدد ، وفي مقالة بعنوان (الإتصال والرأي العام) يقوم "برنارد بيرلسون bernard berelson

" بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام ، ويقترح المعادلة التالية لمناقشة هذه التأثيرات (بعض أنواع الإتصال تجذب إنتباه بعض الناس لبعض أنواع القضايا تحت بعض الأنواع من الظروف، ويكون لها بعض الأنواع من التأثيرات) حيث يرى بيرلسون أن هذه المعادلة تظهر خمس مجموعات من القضايا المرتبطة بعمليات الإتصال والتي تؤثر على الرأي العام ومنها:¹¹⁹

- أنواع الإتصال:

حيث أنه كلما زادت الطبيعة الشخصية لوسائل الإعلام والإتصال كلما زادت فعاليتها في تحويل الآراء.

- أنواع القضايا:

فنوعية القضايا عامل مهم ومؤثر في فعالية الغلام من حيث تأثيره على الرأي العام، حيث أنه وحسب بيرلسون تختلف فاعلية الإتصالات باختلاف القضايا والموضوعات ويكون مضمون الإتصال أكثر تأثيراً في الرأي العام إذا كانت القضايا جديدة وغير معادة.

- أنواع الناس:

يختلف تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام باختلاف نوعية الناس ، إذ ان التأثير المباشر لوسائل الإعلام على الرأي العام يمكن ممارسته فقط على جزء من الناس الذين يتعرضون لوسائل الإعلام المختلفة، وأنه كلما كان اقتناع هؤلاء الناس بقضية ما يصبح الأمر أكثر صعوبة على وسائل الإعلام في تغيير هذه الآراء، كما أن المعرفة تلعب دوراً هنا، والثقافة، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي ...

- أنواع الظروف المحيطة بالإتصال:

¹¹⁹ للمزيد أنظر: مجدى الماشي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي ، مرجع سابق، ص 73-80.

يرى بيرلسون في هذه المجال أن فعالية الإتصال في التأثير على الرأي العام تتتنوع باختلاف طبيعة الظروف المحيطة بها، فتأثير الإتصال في تغيير الرأي في ظرف يكون فيه احتكار الإتصال أعظم من تأثيره في ظروف تنافس الإتصال، كما أن نسبة توزيع المضمون لوسائل الإعلام المتتنوع ،وبطريقة متوازنة تسمح للمستمعين أو المشاهدين بتكوين وجهات نظر مختلفة.

- أنواع التأثيرات:

هناك عدة أنواع من التأثيرات في الرأي العام ، وسائل الإعلام لها تأثير كبير في إنتاج إهتمام بالشؤون العامة التي تهم الجمهور ، وذلك عن طريق إستدعاء إنتباه الناس لها بإستمرار، فكلما زاد تركيز وسائل الإعلام على القضية السياسية كلما قل عدم إتخاذ الجمهور قرارا بشأنها.

المطلب الثالث: الإعلام والنظام السياسي:

يرتبط دور الصحافة وقدرتها في التأثير على الرأي العام بالنظام السياسي القائم. فتأثير التشكيل السياسي لأي دولة لا ينحصر فقط في الإطار التنظيمي والأدائي لوسائل إعلامها ، ولكن أيضا وسائل الإعلام الإخبارية المطبوعة منها ، والإلكترونية. ويمكن القول بشكل عام أن الصحافة في ظل حرية الرأي ، وحرية التعبير ، وحرية النشر أي في البيئة الديمقراطية أكثر تأثيرا في الرأي العام، نظرا لحرية تداول المعلومات ، وحرية التواصل الإعلامي بين الصحافة وجمهورها .

ولقد صيغت عدة نظريات تربط بين النظام السياسي الاقتصادي وبين نظام الصحافة (حرية التعبير و الملكية).ويرى عدد من المنظرين أن وسائل الإعلام والصحافة أقدمها وأهمها في أي مجتمع، هي مؤسسات وطنية تتلون وتستجيب لضغوط القوى السياسية و الاجتماعية ولتوقعات الجماهير ، "فمكوييل" مثلا يقول :"وسائل الإعلام هي نتاج وإنعكاس لتاريخ مجتمعاتها وهي بدورها تلعب دورا فيه ، وعلى الرغم من تشابه المؤسسات الإعلامية عبر المجتمعات ، فإن وسائل الإعلام بحكم نشأتها وممارساتها والأعراف التي تحكمها هي مؤسسات وطنية تستجيب للضغط المحلي، السياسية منها والإجتماعية. كما تأخذ بعين الاعتبار توقعات جماهيرها ".¹²⁰ كما أن الصحافة تأخذ دوماً أشكال وألوان التركيبات السياسية ، و الاجتماعية التي تعيش فيها ، وتعكس الصحافة بشكل خاص نظام الضبط الاجتماعي في المجتمع الذي تضبط به وفي المعنى ذاته يقول "ميريل ولوينستين": بطبيعة الحال فإن الأنظمة الإعلامية ترتبط إلى حد كبير بنوعية الحكومات التي تعيش في ظلها. فهي جوهرها ، عاكسة

¹²⁰ هاني رضا، رامز عمار، مرجع سبق ذكره، ص 138

وداعمة لفلسفة الحكومة وتوجهاتها، وعندما تقوم وسائل الإعلام من خلال هذا التصور، فإننا يمكن أن نذهب إلى أن كل النظم الصحفية مستبعدة. أي مرتبطة تماماً، ليس فقط بتنزعة الحكومات وتوجهاتها للسيطرة ، وإنما كذلك بفلسفة الحياة العامة التي تعمل الصحف في إطارها، وبالتالي -وبعض المبالغة - فإنها مجبرة على أن تمارس عملها ضمن الحدود الإيديولوجية الوطنية.¹²¹ إذن هناك نظريات أو فلسفات تحدد أوضاع الصحافة وتحكم نشاطها.

ومنذ اختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر أي منذ ظهور الإعلام المعاصر وهذا النشاط الإعلامي أو الصحفي تحكمه نظريتان أساسitan هما: نظرية السلطة ، ونظرية الحرية في المفهوم الليبرالي وقد سادت هاتان النظريتان أو الفلسفتان في حقل الصحافة أو الإتصال مع اعتبار القدم لنظرية السلطة منذ أمد بعيد ، ثم تطورت كل منهما وتغيرت ملامحها أو إطارها الأساسية، فانبثقت من بينهما نظريتان هما: النظرية الإشتراكية وهي نظرية مذهبية تحدد إطارها الفلسفية الماركسية الإجتماعية وهي نظرية تطلّبها الأخلاقية الصحفية ونشأت في رحم مجالس الصحافة في الغرب .¹²²

ويمكن تناول النظام السياسي من زاوية الأدوار ، والبنية ، والنظام الفرعية، كما يمكن تناوله في إطار المدخلات والمخرجات ، وقد حدد "دافيد إيستون" المدخلات بصفتها المطالب demands و التأييد supports¹²³.

ومن هذه المطالب ما يتعلّق بالسلع والخدمات ، وتوفر سبل السلامة العامة، والرعاية الصحية، بالإضافة إلى المطالب الخاصة بالإتصال والإعلام ، لتوضيح الأهداف السياسية، أما التأييد فله جوانب مادية مثل طاعة القانون، وهناك تأييد يرتبط بالمشاركة كالتصويت والنقاش، كما يدخل في إطار التأييد الإهتمام الحكومي ، واحترام السلطة العامة.أما المخرجات فتتلاءم إلى حد كبير مع التأييد و تستجيب بدرجات متفاوتة للمطالب .الأمر الذي يتوقف على طبيعة النظام السياسي ، وتمثل المخرجات في الإجراءات التنظيمية للسلوك ، وتوزيع السلع والخدمات ، والمخرجات الرمزية مثل تأكيد القيم ، وإبراز الرموز السياسية، وعرض السياسات والنوايا.¹²⁴ ، وتدرس السياسة كنظام إتصالي إذ أنها بمثابة نقل المعلومات بين الفاعلين والسياسيين ، وتوقف صناعة القرارات على مدى توفر المعلومات دقتها ، وتردد كفاءة النظام إذا كانت الإستجابة للمعلومات المستقبلة تتماشى مع درجة أهميتها .

¹²¹ المرجع السابق.

¹²² فلاح كاظم الحنة، 2001، ص 206.

¹²³ محمد نصر مهنا ، مرجع سابق، ص 141.

¹²⁴ المرجع نفسه، ص 142.

وفي عام 1956 صدر في الغرب أهم كتاب في مجال الإتصال الجماهيري تحت عنوان: "أربعة نظريات للصحافة للباحثين "سبيرث Sieber Frets" و "بيترسون" Peterson " وشرام Schram " وقد نشرت حتى الآن عشرون طبعة. هذه النظريات أو المذاهب الأربعة هي:

1-المذهب الإستبدادي أو نظرية السلطة.

2-المذهب الليبيرالي أو نظرية الحرية (النظرية التحررية)

3-مذهب المسؤولية الإجتماعية.

4-المذهب الإشتراكي (الماركسي الليبي) أو نظرية السوفيتية.

وسوف تتبع بشكل مختصر منشأ كل من هذه النظريات الأربعة و العوامل التي ساعدت على تكوينها. ثم نتطرق لنظريتين جديدين هما: النظرية التنمية ونظرية المشاركة الديمقراطي.

1 نظرية السلطة :

كانت نظرية السلطة سائدة في القرون الوسطى بحكم النظام السائد آنذاك الذي يتالف من الحكومة والإقطاع و الكنيسة، قبل ، واعتبار الحاكم هو ظل الله في الأرض. ويرى البعض أن النظرية بعثت من قول لويس الرابع عشر "الدولة أنا". وبعد بروز النظم الفاشية إرتبطت هذه النظرية إرتباطاً وثيقاً بهذه النظم وأصبح الإعلام خادماً مطيناً الحكم الإستبدادي.¹²⁵ و تعتبر هذه النظرية الأشخاص كتابعين للدولة و كأدوات لحق الدولة الطبيعي، في المحافظة على الأمن وتدعم وجود الدولة. وتعتبر الصحافة في مجتمع كهذا أداة لنشر مواقف الدولة للجمهور وللإعلامهم بالصواب و الخطأ ، وإعطاء البيانات الرسمية الصادرة عن النخبة الحاكمة. وبعد أن تقرر الدول أهدافها فإنها تستعمل الصحافة كوسيلة لتحقيق هذه الأهداف وبهذا تصبح الصحافة وسيلة للوصول إلى غاية ليست وسيلة إتقاد.¹²⁶ وذلك كله بما يضمن في النهاية ولاء الصحف أو وسائل الإعلام كاملاً للسلطة، وبالتالي الحد من حرية هذه الوسائل في التعبير أو مناقشة ما تصدره السلطة من قرارات أو تقوم به من أعمال.¹²⁷

وتكون المبادئ الأساسية لهذه النظرية في :

¹²⁵ فلاح كاظم الحنة، مرجع سبق ذكره، ص 207.

¹²⁶ هاني الرضا، رامز عمار، مرجع سابق، ص 140.

¹²⁷ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط 2، 2000.

¹²⁸ فاروق أبو زيد، مدخل الى علم الصحافة، القاهرة: عالم الكتب، ط 2، 1998. ص 45.

1- إلتزام الصحيفة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها، والدفاع عن سياسات الحكم.

2- يعد السماح لأي فرد بالعمل في الصحافة منحة من الحكم ، وإمتياز يخص به من يشاء من رعيته.

3- يمكن السماح للأفراد بملكية الصحف التي يصدروها، ولكن يظل قيام هذه الصحف واستمرارها هنا برغبة السلطة.

4- إن درجة الحرية المسموح بها للصحف، يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع، وتقدير هذه الدرجة من الحريات الصحفية متوك للسلطة الحاكمة.

2 النظريّة الليبيرالية(الحرية):

نشأ المذهب الليبرالي في الفترة الواقعة ما بين القرنين السابع عشر والتاسع عشر، في الوقت الذي كانت فيه الرأسمالية في المراحل الأولى من نشأتها. مهتمة بحرية التعبير عن الرأي العام وعن حرية الصحافة. وإن الفكرة الأساسية لهذه النظرية نشأت في إنجلترا وهي تقول: "إنه الحق في أن تبيع وأن تنشر ما تشاء في السوق. لك الحق أن تعطي الناس الأفكار وأن تستلمها منهم".¹²⁹ وتقوم هذه النظرية على أساس أن الإنسان كائن عاقل يستطيع أن يميز بين الخير والشر.

ويمكن القول أن النظام الليبرالي في الصحف يقوم على أساس.¹³⁰ أن حق الفرد في المعرفة حق طبيعي كحقه في الماء ، ولكي يمارس الفرد هذا الحق الطبيعي لابد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة دون قيود خارجها.

1- إن حق الفرد يصبح لامعنى له إذا لم يكن لهذا الفرد الحق في أن يختار ما يريد أن يعرفه ، وبالتالي لابد أن تتعدد مصادر المعرفة بتعدد الصحف ذات الإتجاهات المتباعدة.

2- يؤكّد الليبرالي على حق الفرد في أن يصدر ما يشاء من الصحف ما دام قادرا على ذلك دون تصريح من السلطة الحاكمة.

3- عدم فرض أي رقابة من جانب الحكومة على الصحف، سواء ما كان منها سابقا عن النشر أو لاحقا له. وأن أي تحاوز تقع فيه الصحيفة يكون من شأن القضاء وحده.

¹²⁹ فلاح كاظم الحنة، مرجع سابق، ص 214.

¹³⁰ فاروق أبوزيد، مرجع سابق ،ص ص 11-13.

3 النظرية الإشتراكية:

نشأ هذا المذهب في الإعلام، في ظروف الصراع السياسي و الاجتماعي الحادين في البلدان الإشتراكية ، ضد الإيديولوجية البرجوازية، وطبقت هذه النظرية في الاتحاد السوفيتي و في معظم الدول الإشتراكية التي كانت تدور في فلكه قبل انحياز الأنظمة الشيوعية مركزة جهودها على شؤون الصراع الطبقي السياسي و الاجتماعي ، ثم أخذت المواقف الاقتصادية محل المواقف السياسية بعد الاستقرار السياسي الذي شهدته الكتلة الإشتراكية عقب الحرب العالمية الثانية ، ثم أخذت الصحافة الإشتراكية تهتم بمهام حديدة تمثل في التربية و التعليم ونشر الثقافة العامة و الترفيه.¹³¹ وقد حدد زعيم الشيوعية "لينين" واجبات الصحافة الشيوعية بقوله: "ليست الصحيفة داعية إجتماعية و فقط، وإنما هي منظم جماعي ". وبهذا فإن الصحافة، كما رأها "لينين" ، هي ضبط وسيطرة ودعائية وتوجيه وتأثير بهدف صياغة الرأي العام وفقا لإرادة السلطة. فهذه النظرية تعتبر الصحافة أداة لتعليم وتنظيم المجتمع على أساس مبادئ الإشتراكية العلمية.¹³² وقد اتفق الكتاب الشيوعيون على تحديد واجبات الصحافة في المجتمع الشيوعي على النحو التالي.¹³³

- 1 - نشر الأفكار الماركسية اللينينية.
- 2 - الإثارة من أجل مبادئ الحزب.
- 3 - تنظيم العمال في المعركة من أجل تطبيق هذه المبادئ على الحياة اليومية .
- 4 - تعليم الكتل الجماهيرية روح الشيوعية.
- 5 - شرح سياسة الحزب و الحكومة.
- 6 - تنظيم المنافسة الإشتراكية .
- 7 - النضال من أجل السلام
- 8 - فضح مثيري الحرب.

4 نظرية المسؤولية الإجتماعية:

يعتبر مذهب المسؤولية الإجتماعية مذهبًا غربياً جديداً ، كونه يخدم مصالحه لكنه غير كاف بسبب ضعف التزام وسائل الإعلام تجاه المجتمع. وهذا ما يدعو الحكومة و الم هيئات الإجتماعية الأخرى لجعل وسائل الإعلام ترفع إلى مستوى مسؤوليتها.

¹³¹ فلاح كاظم الحنة، مرجع سابق، ص 241.

¹³² المرجع السابق، ص 174.

¹³³ هاني رضا، رامز عمار، مرجع سابق، ص 149.

ولقد ولدت هذه النظرية في رحم النظرية الليبيرالية، وبعد أن أخذ النقاد في السنوات الأخيرة يوجهون التهم للنظرية الليبيرالية بتقصيرها تجاه المجتمع و والإنسان و الحرية و الحقيقة. وهذا ما يدعو الحكومة والهيئات الإجتماعية الأخرى لجعل وسائل الإعلام ترتفع إلى مستوى مسؤوليتها.

إذ شكك هؤلاء النقاد بإمكانية الفردية وقدرتها على خلق سوق حرّة للسلع والأفكار من جهة وعدم ملائمتها للتطور الحاصل في المجتمع والأفكار و القوانين ومن ضمنها قوانين الطبيعة من جهة أخرى¹³⁴

وفي ظل هذه المتغيرات نشأت نظرية المسؤولية الإجتماعية، ولعل البداية كانت تقرير لجنة "هوتشينز Hutchins" في عام 1947 التي إعترفت بفشل السوق الحر في تحقيق الوعود بحرية الصحافة و التوقعات المرتبطة بها لخدمة المجتمع ، مما أدى إلى انخفاض الفرص المتاحة أمام الأفراد و الجماعات للاستفادة بنتائج هذه الحرية نتيجة التطورات التكنولوجية التي سادت في النظم الإعلامية.

وعدم قدرة الصحافة على تلبية الاحتياجات المعرفية الإجتماعية و المعنوية و تدعيم السيطرة الطبقية.¹³⁵

وتعتبر المسؤولية إتجاه المجتمع حجر الزاوية في هذه النظرية ، ومتى ما تحملت وسائل الإعلام مسؤوليتها تجاه المجتمع صلح حال المجتمع، ومتى ما تخلت عنها أصبح تدخل الحكومة و المؤسسات الإجتماعية ضروريا لإصلاح حال المجتمع.¹³⁶ ولقد لخص "دينيس ماكويل D.Mcquail" المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الإجتماعية.¹³⁷ في الآتي :

- 1- إن هناك إلتزامات داخل المجتمع يجب على وسائل الإعلام أن لا تتعداها.
- 2- إن تنفيذ هذه الإلتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة و الدقة و الموضوعية و التوازن.
- 3- قبول هذه الإلتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين و المؤسسات القائمة.
- 4- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام بأي حال في النشر و الإذاعة ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة و العنف و الفوضى و كل أشكال الإنقلابات في المجتمع.
- 5- تعدد وسائل الإعلام بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد و التعليق في مختلف وجهات النظر.

¹³⁴ فلاح كاظم الحنة، مرجع سابق، ص 274.

¹³⁵ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 342.

¹³⁶ فلاح كاظم الحنة، مرجع سابق، ص 275.

¹³⁷ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 344.

- 6-إن الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور يتوقع إنجازا راقيا من وسائل الإعلام.
- 7-يجب ألا تقل مسؤولية الصحفيين أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤوليتهم أمام المالك ، وأسوق الصحف في التوزيع والإعلان.

5 النظرية التنموية:

إرتبط ظهور هذه النظرية بقيام المد التحرري مع بداية النصف الثاني من هذا القرن، وتولى السلطة من طرف حكومات وطنية تحالف إلى تعويض فترات القهوة والتخلف التي فرضها الإستعمار خلال القرن التاسع عشر، ومحاولة التنمية الوطنية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية. وقد عملت هذه النظرية كإمتداد لعملية التصدي للوجود الإستعماري سابقا، على العمل على إزالة آثاره السلبية ، على عمليات التنشئة الاجتماعية و الثقافية ، وهو ما يجعل من تحقيق التنمية المختلفة الجوانب المهدفة الأول للصحافة ، وهو ما يؤكد بعض الرعماء الوطنيين الذين عملوا في الصحافة ، في نضالهم الوطني أمثال "باترييس لومومبا" الذي كان يرأس جريدة "الاستقلال" ، وكذا "كومامي نيكروما" في صحيفة "أكرافينج نيوز" مستوعبين دورها في النضال الوطني في بلادهم.¹³⁸ وعليه بدأ مفهوم الإعلان في الدول النامية، أو الإعلام التنموي يفرض نفسه في أدبيات النظم الإعلامية المقارنة. وانطلاقا من هذه النظرية التي أضافها "دينيس ماكويل" بداية في تشخيصه لواقع الإعلام في الدول النامية ، الذي يحد من توظيف وسائل الإعلام والإستفادة منها بالشكل المعمول به في الدول المتقدمة، وذلك بسبب الظروف الخاصة بهذه الدول.

- وقد حدد "دينيس ماكويل" المبادئ الأساسية لهذه النظرية.¹³⁹ في التالي:
- 1-يجب أن تعمل وسائل الإعلام في إطار الأهداف التنموية وسياستها.
 - 2-تظل حرية وسائل الإعلام مرهونة بالأولويات الاقتصادية وال حاجات التنموية.
 - 3-يجب أن تهتم وسائل الإعلام باللغة و الثقافة الوطنية وذلك عن طريق محتواها.
 - 4-إعطاء الأولويات في التغطية الإخبارية و المعلومات إلى الدول النامية الأخرى التي ترتبط بالدولة جغرافيا ، أو ثقافيا ، أو سياسيا.
 - 5-حرية الصحفيين و العاملين في وسائل الإعلام تكون مرهونة بمسؤولياتهم في جمع المعلومات ونشرها.

¹³⁸ سعاد فريفط، مرجع سابق ذكره، ص 53.

¹³⁹ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، 350.

6- للدولة الحق في التدخل في عمل وسائل الإعلام ، وممارسة الرقابة ، و السيطرة وذلك للمحافظة على الأهداف التنموية.

6 نظرية المشاركة الديمقراطيّة:

أضاف " دينس ماكويل " هذه النظرية، التي تؤكد ضرورة الحد من المؤسسات الإعلامية الضخمة والإحتكارات الإعلامية ، وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع في ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال ، وتوسيع خدمات وسائل الإعلام لتشمل كل فئات المجتمع.¹⁴⁰ وتقوم هذه النظرية على إنقاد الصحافة الحرة على اعتبار خصوصيتها لإعتبارات السوق، التي تفرغها من محتواها، وتحول بمحاجتها الصحافة إلى مجرد وسيلة جافة، ولا شيء غير ذلك. كما تنتقد نظرية المسؤولية الاجتماعية بسبب إرتباطها بيروقراطية الدولة، وترى في ركناها المتعلق بالتنظيم الذاتي، على أنه وسيلة فاشلة لأنه لم يمنع نمو مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوة في المجتمع. فهذه النظرية إذن تهتم بفكرة ملائمة المعلومات، وحق المواطن في استخدام وسائل الإعلام والاتصال من أجل تحقيق التفاعل والمشاركة على نطاق ضيق في مجتمعه، وترفض ضرورة التوأمة والمركزية ، وتشجع التعدد والمحليّة، والتفاعل بين المرسل والمستقبل وكذا الاتصال الأفقي.¹⁴¹ وإن الوسائل الإعلامية التي تنشأ في ظل هذه النظرية تعنى أكثر بالحياة الاجتماعية، وتخلص لسيطرة مباشرة من جمهورها ، لأنها تقدم فرصاً للمشاركة، على أساس يحددها مستخدموها بدلاً من المسيطرین عليها.¹⁴²

و إجمالاً فقد لخص "ماكويل" مبادئ هذه النظرية في الآتي:

1- يجب أن يكون الحق في الإعلام متاحاً لكل المواطنين بما فيهم الأقليات تبعاً لحاجاتهم التي يحددونها بأنفسهم.

2- لا تخضع وسائل الإعلام ومحتها للمركزية السياسية أو السيطرة البيروقراطية للدولة.

3- تعمل وسائل الإعلام بالدرجة الأولى لخدمة جمهورها، وليس التنظيمات الإعلامية ، أو المهنية، أو عمالء وسائل الإعلام.

4- يجب أن تمتلك الجماعات والتنظيمات المحلية وسائل إعلامها الخاصة.

5- التفاعل و المشاركة في إطار محدود أفضل من المجالات الواسعة التي تفتقد إلى التفاعل في وسائل الإعلام الكبيرة.

¹⁴⁰ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 351.

¹⁴¹ سعاد فريطي، مرجع سابق، ص 55.

¹⁴² المرجع نفسه.

6- الحاجات اليومية الإجتماعية لاتحددها فقط الطلبات الفردية للمستهلك، أو الدولة ومؤسساتها الرئيسية.

7- أهمية الإتصال أهم من أن تترك للمهنيين وحدهم.

ويمكن توصيف العلاقة بين النظام السياسي والإعلام عموماً بأنها علاقة تأثير متبادل، حيث يؤثر النظام السياسي في وسائل الإعلام من خلال آليات متعددة ، كما تؤثر وسائل الإعلام في النظام السياسي من خلال تعددتها أيضاً ، ويختلف حجم التأثير الذي يتبادله الطرفان وذلك وفق طبيعة العلاقة بينهما من مجتمع آخر ، ووفق درجة الديمقراطية التي يتمتع بها المجتمع، ودرجة الحرية السياسية التي ينعم بها الإعلام.¹⁴³

وتحتاج النظم السياسية أن تؤثر في الإعلام من خلال عدة آليات يمكن اختصارها في النقاط التالية:¹⁴⁴

- ❖ التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي.
- ❖ آليات المتابعة على أداء وسائل الإعلام.
- ❖ إصدار تراخيص الصحف الجديدة.
- ❖ قواعد النشر في موضوعات وقضايا معينة.
- ❖ حجب المعلومات عن وسائل الإعلام في أوقات معينة.
- ❖ الدعم المالي المقدم لوسائل الإعلام.
- ❖ اختيار القيادات الإعلامية.
- ❖ تقدير الإعلاميين على المستوى المعنوي والأدبي.
- ❖ توفير تكنولوجيا الإتصال اللازم لدعم العمل الإعلامي.
- ❖ مشاركة كبار الإعلاميين، والكتاب في دوائر صنع القرار.
- ❖ منح فرص الاحتكاك بالخبراء الأجانب في مجال الإعلام.
- ❖ مناخ الحرية التي تتمتع به وسائل الإعلام في معالجة قضايا المجتمع.

ومن منظور آخر يؤثر الإعلام في النظم السياسية من خلال عدد من الآليات يمكن اختصارها

فيما يلي:¹⁴⁵

¹⁴³ عادل عبد الغفار ، الإعلام و المشاركة السياسية للمرأة (رؤية تحليلية استشرافية) ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، 2009

، ص116

¹⁴⁴ المرجع نفسه، ص117.

❖ التنشئة السياسية للمواطنين من خلال تعريف الجمهور بحقوقه و واجباته السياسية كما كفلها الدستور والقانون له من خلال المضامين الإعلامية المختلفة.

❖ التعبئة السياسية للمواطنين، لا سيما في الظروف التي تستدعي مساندة التوجهات السياسية الرسمية في إدارة الأزمات المحلية والإقليمية والدولية المختلفة.

❖ تعد وسائل الإعلام بمثابة قنوات إتصال فعالة ذات إتجاهين(هابط-صاعد) بين النخبة الحاكمة والرأي العام، حيث تعكس تصورات نخبة الحكم لمجريات الحياة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي للرأي العام، كما تعكس في الوقت نفسه إتجاهات الرأي العام بشأن معالجة النظام السياسي للقضايا المختلفة.

❖ تسهم وسائل الإعلام في ترتيب أولويات أجندة قضايا العمل من خلال إدراكها لاحتياجات ورغبات المواطنين، وكذلك إدراكها لتوجهات النظام السياسي خلال مراحل زمنية مختلفة.

❖ إمداد المواطنين بالمعلومات والمعارف حول المستجدات على الساحة السياسية المحلية والإقليمية والدولية ، والتعبير عن وجهة نظر النظام السياسي تجاه هذه الأحداث والتطورات ، والتعليق عليها ، وإبداء الرأي بشأنها.

❖ تعزيز مبادئ الديمقراطية من خلال إتاحة الفرصة للنخبة الفكرية ، والثقافية لإبداء رأيها بشأن الممارسات السياسية ، وتصحيح المسار الديمقراطي ، وتقديم بدائل حلول للموضوعات السياسية والإقتصادية المختلفة ، والدفاع عن حرية الرأي والتعبير ، والتعبير عن الفئات المهمشة،والدفاع عن حقوق الإنسان المختلفة، والإستمرار في تقييم آداء السلطات الثلاث الأساسية بالدولة، إضافة إلى إعطاء الأحزاب فرصة للتعبير عن نفسها من خلال الصحف الخزينة.

❖ تسهم أيضاً وسائل الإعلام في إضفاء الشرعية على النظم السياسية، من خلال مساندة الأهداف التي تعتنقها ، والبرامج ، والأنشطة التنفيذية التي تقوم بها، والتقرير بين أهداف القيادة والجماهير، ويمكن أن تقوم وسائل الإعلام بدور ينافق الدور السابق حيث تسهم في تقويض شرعية النظم السياسية من خلال الإنقاذ الدائم لسياساتها وتوجهاتها،وكذلك تقليل أهمية الأنشطة والبرامج التنفيذية التي تقوم بإنجازها.

❖ تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيل إتجاهات الرأي العام إزاء القضايا المختلفة الشائكة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي ، بما يساند النظم ، ويحافظ على شرعيتها أو العكس من

¹⁴⁵ عادل عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص 117-119.

ذلك ، فقد تبني وسائل الإعلام إتجاهها معايراً لذلك ، الذي تبنيه نظم الحكم ، ويترتب على ذلك تقويض شرعيتها في أوساط نظم الرأي العام.

❖ تستخدم النظم السياسية وسائل الإعلام في التعرف على نبض الرأي العام تجاه السياسات المستقبلية التي تعتمد النظم السياسية تبنيها.

❖ تسهم وسائل الإعلام في تحويل إهتمامات الرأي العام بشأن قضايا محددة تفرض نفسها على الساحة السياسية ، من خلال إثارة قضايا أخرى أكثر أهمية ، أو إثارة شائعات تحتوي على بعض الأخبار الصحيحة بهدف بحثها معينة لتحقيق الاستقرار في المجتمع.

❖ متابعة الأداء الحكومي في كافة المجالات السياسية ، والاقتصادية ، والاجتماعية ، والأمنية والثقافية ، ومتابعة درجة تنفيذه لاحتياجات المواطنين على كافة المستويات.

❖ المشاركة في صنع القرار من خلال ما طرحته من رؤى ، وأفكار ، وأطروحات تفصيلية من جانب كبار الكتاب والمفكرين الذين يذلون بأرائهم في وسائل المختلفة.

❖ تستخدم وسائل الإعلام كقناة إتصالية ودعائية وقت الانتخابات ، لتوضيح برامج الأحزاب والمرشحين ، وإبراز الأوجه السلبية ، والإيجابية في العملية الانتخابية.

❖ تحفز وسائل الإعلام المواطنين على المشاركة السياسية في مجالاتها ومستوياتها المختلفة. ويستخدم النظام السياسي وسائل الإعلام لتحقيق بعض الأهداف كالتشقيق السياسي، حيث تحرص أنظمة الحكم - و على الخصوص الشمولية منها- على الإستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية بهدف خلق وعي سياسي¹⁴⁶. والتأثير في الرأي العام، وذلك عن طريق إستعمال هذه الوسائل لتوجيهه ، وتحديد مواقفه المساندة لسياساتها وبرامجها الاقتصادية ، والسياسية ، والاجتماعية ، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة¹⁴⁷. والتسويق السياسي وذلك بمحاولة عرض الأفكار والآراء على الجمهور المتلقى عبر وسائل الإعلام بهدف تسويقها والتسليم بها ، وهنا إنما السياسيون بعملهم هذا يشبهون -في عرض أفكاره وبرامجهم- أصحاب الملاجر حيث يعرضون سلعهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور بهدف الترويج والبيع.

علاقة الإعلام الجزائري بالسلطة السياسية:

¹⁴⁶ Jhonvard,Iinformation in world today,newyork,1969.5-7.

¹⁴⁷ مجذ الماشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سابق ذكره، ص 71.

يجب علينا أن نحدد الطريقة التي نعتمد عليها في رصد و تحليل العلاقة بين الإعلام الجزائري و النظام السياسي، فقد كان المدف من هذا التحليل هو معرفة البعد السياسي للصحافة المكتوبة في الجزائر، و عمل كل مرحلة من مراحل التاريخ السياسي للجزائر. وإذا قلنا الصحافة المكتوبة، فنحن نعتمد هذا الأمر ، ذلك لأن الإعلام الجزائري في هاته المراحل المبكرة ، وإلى غاية اليوم يركز أشد التركيز على الإعلام المكتوب، وبحده أكثر رواجا في الجزائر على عكس الأنواع الأخرى، كما نجد أن المخوصة قد أدخلت على هذا النوع على حساب الأنواع الأخرى في وقت مبكر، إلا أنها نلحظ أنه إلى غاية اليوم لم يفتح المجال أمام الإعلام المرئي والمسموع، وخاصة المرئي منه الذي أصبح لسان حال الكثير من البلدان، وسلامها الفتاك، على العكس في الجزائر. فمنذ ظهور الصحافة وهي لصيقة بالممارسات السياسية، تخضع لها مرة، وتثور ضدها مرة أخرى، و تكون وسيطا بينها وبين جمهور مجتمعها مرة أخرى .

وما لا جدال فيه أن النظام السياسي أهم العوامل من حيث التأثير في إصدار الصحف وإنشارها ، فهو الذي يهيئ جوا نقيا تتسم فيه ريح الحرية ، أو تدفع بها إلى جو خانق. و الصحافة لا تستطيع أن تؤدي رسالتها إلا في الدول الديمقراطية التي تتيح الفرصة لتعدد الصحف ، لأنها تقوم على أساس تعدد الأحزاب، مما يكفل للصحافة حريتها ويعطيها الضمانات الكافية للتعبير عن الآراء بحرية. أما في الدول الديكتاتورية التي يترك فيها الأفراد و الجماعات ، فلا يرجى من الصحافة أي خير فهي مسيرة لا مخيرة ، بحيث يتسم هذا النظام بالرقابة وإضطهاد الصحفيين وإعتقالهم.

من هنا سنحاول معرفة علاقة الإعلام الجزائري بالسلطة السياسية، وذلك انطلاقا من مرحلة ما بعد الإستقلال ، و التي لا نقف عندها كثيرا وصولا إلى مرحلة التعددية الحالية وما تبعها من تعددية إعلامية وحرية الرأي و التعبير.

فالمراحل الأولى والتي إمتدت ما بين 1962 و 1965 لم يشهد فيها قطاع الإعلام تغيرات كثيرة، فقد عرف القطاع عرقلة من طرف المعمرين، حيث برزت الصحف الفرنسية اليومية بشكل قوي تطبيقا لاتفاقيات إيفيان¹⁴⁸، وقد كانت العلاقة بين الصحافة والسلطة علاقة تكامل، ولكن هذا التكامل كان مؤقتا، وذلك لعدة أسباب من بينها إنشغال الجزائر بإصلاح ما دمره الإستعمار، وإعادة بناء نفسها.

أما المرحلة الثانية والتي تراوحت بين 1965 و 1975 فأهم ما ميزها هو تنمية قطاع السمعي البصري، وهذا إنطلاقا من خطاب ألقاه الرئيس هواري بومدين آنذاك.

¹⁴⁸ عن: ليليا بوجوندة، مرجع سبق ذكره، ص 74-75.

¹⁴⁹ المرجع نفسه، ص 75.

إلا أن المرحلة الثالثة التي كانت ما بين 1979 و 1990 فقد بدأ فيها الإهتمام بشكل جدي و فعال بالإعلام، بعد الإهمال الذي عرفه أثناء الاستقلال و بعده، وقد كانت البداية بانعقاد المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني في جانفي 1979.¹⁵⁰

المطلب الرابع: الإعلام والتسويق السياسي:

الفرع الأول: تعريف التسويق السياسي

و قد وردت عدة تعريفات للتسويق السياسي ومنها ما يلي:

- هو التحليل والتخطيط والتنفيذ والتحكم في البرامج السياسية والإنتخابية التي تتضمن بناء علاقات ذات منفعة بين كيان سياسي أو مرشح و بين الناخبين، وتعتبر المشاركة أو التواصل السياسي مع الجمهور والتنفيذ للبرامج هي فحوى التسويق السياسي.¹⁵¹
- يتضمن التسويق السياسي استخدام أدوات وأساليب التسويق وتطبيقاتها على العمليات السياسية ، كما أنه نتاج التزاوج بين التسويق والسياسة.¹⁵²
- التسويق السياسي هو نوع من النشاط السياسي يقوم على الترويج للأفكار والطروحات والبرامج الحزبية وللمرشحين لصورة الحزب إجمالا ضمن المحيط الذي تشغله الهيئة السياسية المكونة من الرأي العام ب مختلف فئاته ومن نخب المجتمع في كافة الحالات.¹⁵³
- يعرفه هاروب harrop على أنه لا يتعلق فقط بالإعلان السياسي والأخبار السياسية الحزبية ، وخطب المرشحين لكنه يغطي مجال شامل لمواقف الحزب في السوق الإنتخابي .¹⁵⁴
- يعرفه كافانا kavanagh التسويق السياسي هو مجموعة إستراتيجيات وأدوات تتبع ودراسة الرأي العام قبل ، وأنباء الحملة الإنتخابية لتطوير إتصالات الحملات وتقدير تأثيرها.¹⁵⁵
- يعرفه مارييك

¹⁵⁰ عن : المرجع السابق، ص 76.

¹⁵¹ التسويق السياسي ، منتديات طلبة الجزائر ، www.etudiant.dz ، 2009/06/13

¹⁵² المرجع نفسه.

¹⁵³ التسويق السياسي (الترويج) ، مجلة المختار نشر يوم الإثنين 04 فبراير 2008، الموضوع مفاهيم، العدد 21 (ذو القعدة 1428هـ/أكتوبر. نوفمبر 2007م).

¹⁵⁴ التسويق السياسي كأداة سياسية، منتدى مصر، <http://www.mountada.masr.net>. 2009/03/18

¹⁵⁵ المرجع السابق.

التسويق السياسي عملية معقدة فهو نتيجة جهد أكثر عالمية يستعرض كافة عوامل الإتصال السياسي للسياسيين ،ويؤكد على أن التسويق السياسي منهج عام للإتصال السياسي ومن إحدى وسائله.¹⁵⁶

● يعرفه لوك هاريس

¹⁵⁷ التسويق السياسي يهتم بالاتصال باعضاًء الحزب والاعلام ومصادر التمويل المتوقعة والناخبين .

● يعرفه رينج

التسويق السياسي هو استخدام المرشحين او الحزب لابحاث استطلاع الرأي وتحليل بيئي لانتاج وتعزيز عرض تنافسي سوف يساعد تحقيق اهداف المنظمة وابشاع جماعات الناخبين في تبادل مع أصوات الناخبين.¹⁵⁸

ويضيف "أوكاس" أن استخدام التسويق يوفر للأحزاب السياسية قدرة على التعرف على إهتمامات الناخبين المختلفة، وحالاتهم من خلال التحليلات التسويقية ، والتخطيط ، والتطبيق ، والتحكم في الحملات السياسية ، والإنتخابية.¹⁵⁹

والتسويق السياسي نشاط إنساني يقوم على أساس التبادل إشباع حاجات إطراف هذا التبادل ، وهو عادة من الأفراد ، والجماعات ، والمؤسسات، فالتسويق السياسي لا يتم إلا في وجود طرفين أو أكثر ، وفي مناخ ملائم ، وعناصر هذا المناخ متعددة ولكن أهمها حرية كل طرف في قبول ، أو رفض شروط التبادل، والتسويق السياسي نشاط بشري قد يتم على مستوى مؤسسي أو شخصي، ويعتمد على التخطيط بمعنى تحديد الأهداف وإستراتيجية العمل وتوزيع الأدوار ومتابعة الأداء وتقييمه، وهو يرتبط بمؤسسة ، أو حزب سياسي ، أو حكومة ، أو رئاسة الدولة ، أو مؤسسة كالبرلمان ، أو القضاء ، أو غيرها من هيئات ، وأجهزة سياسية ، وإقتصادية ، وإجتماعية. وقد توالي المؤسسة إهتماماً كبيراً لعملية الترويج والتسويق السياسي، فتقوم بتخصيص إدارة أو مكاتب لهذه المهمة ، أو تواليها لكوادر من الفنيين والمتخصصين.¹⁶⁰

¹⁵⁶ المرجع نفسه.

¹⁵⁷ المرجع نفسه.

¹⁵⁸ التسويق كأداة سياسية ، منتدى مصر ، مرجع سابق.

¹⁵⁹ المرجع نفسه.

¹⁶⁰ عبد الغفار رشاد القصبي ، الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي ، القاهرة: مكتبة الآداب ، [د.س.ط]، ص88.

وهناك تعریفات أخرى عديدة من بينها تعريف جمعية التسويق الأمريكية عام 1985 عبر إدماج الكلمة "أفكار" بأنه: "عملية التخطيط والتنفيذ للفكرة ، والتسعير ، والترويج ، والتوزيع للأفكار والسلع ، والخدمات لخلق تبادل يشبع الأهداف الفردية وأهداف المنظمة".¹⁶¹

الفرع الثاني: عناصر التسويق السياسي:

وعناصر التسويق السياسي هي:¹⁶²

1. المؤسسات السياسية
2. المنتج السياسي
3. السوق السياسي
4. وسائل الإتصال

وهذا ما يطلق عليه مزيج التسويق السياسي فنموذج التسويق السياسي هو مزيج ودائرة تبدأ بالمؤسسة السياسية ثم تعود إليها، إذ أنه يبدأ بالمؤسسة السياسية في توصيل فكرة ما ، أو ممارسة ، أو قضية معينة إلى المنتج السياسي ثم تذهب إلى وسائل الإتصال المختلفة، وبعد ذلك تكون جاهزة إلى السوق السياسي الممثل بالجمهور لتعود في رجع الصدى ، أو التفاعلية إلى المؤسسة السياسية مرة أخرى.

الفرع الثالث: وظائف التسويق السياسي:

أما عن وظائف التسويق السياسي فهي:¹⁶³

أ . الإنتاج:

خلال ممارسة التسويق السياسي هناك تبادل بين الأحزاب السياسية والناخبين في السوق الانتخابي، فكل حزب يقدم بعض المنتجات وهي الوعود بحكومة رشيدة .

وفي بعض الحالات المنتج قد يكون صورة المرشح . إيديولوجية أو سياسات أجنبية محددة ، وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، وظيفة المنتج الأساسي للحزب الديمقراطي هي بيع الصورة السياسية لـ"أوباما" ، والحكم الرشيد المعتمد على التغيير.

ب . وظيفة التوزيع:

¹⁶¹ منتدى مصر ، مرجع سابق.

¹⁶² رحاب الحداد ، التسويق السياسي هدف بحد ذاته ألم سلعة مجانية ، صحيفه الوسط البحرينيه ، يومية مستقلة العدد 2367 ، السبت 28 فبراير 2009 ، الموافق لـ3 ربيع الأول 1430هـ.

¹⁶³ التسويق كأدأة سياسية ، منتدى مصر ، مرجع سابق.

تشير الضروف المتعلقة بإتاحة التبادل لشريك التبادل ، وهذه الوظيفة لها بعدين هما، توصيل الحملة وتوصيل العرض ، وتقوم الأولى بتزويد شريك التبادل الأساسي والناخبين بإتاحة المعلومات المناسبة حول المنتج السياسي ، ويشمل ذلك بث المعلومات المتصلة بالسياسات الحزبية والبرامج ، و وضع المرشحين في القنوات السليمة ، والتأكد أن وسيط التوزيع يلزم إيديولوجية الحزب.

ج . وظيفة التكلفة:

وهي من الوظائف الأساسية للتسويق الإنداجي هي بيع المنتج ذو فعالية التكلفة مقارنة بالمنتجات الأخرى في السوق ، وفي التسويق السياسي تشير هذه الوظيفة إلى إدارة المواقف السلوكية والإيجابية للناخبين من خلال إستراتيجيات ، حملات تم حسابها بدقة ، بحيث يحصل الناخب على المعلومات المتصلة بالمنتج بدون إنفاق نقود على ذلك.

د . وظيفة الاتصال :

يشمل الاتصال وظيفة إبلاغ شريك التبادل الأساسي بالعرض وإتاحتة، وغالبا ما ينظر إليه أنه صميم التسويق السياسي ، وبالنسبة للحزب السياسي يتضمن المحتوى السياسي أفكار سياسية ، وبرامج مستقبلية وتفسير الواقع السياسي المعقد ، وغالبا ما تشمل وظيفة الاتصال تبسيط الرسائل السياسية والموقف السياسي.

ه . وظيفة إدارة الأخبار:

ترتبط بوظيفة الاتصال ، وتستهدف شركاء التبادل الثانويين فهي شهرة المرشح أو الحزب، ومن أمثلة ذلك أنشطة العلاقات العامة و وسائل الإعلام ، وإدارة حملات الإعلان عبر الأنترنت ، وتعد جميعها وظائف لإدارة الأخبار ، وفي عصر ثورة الإتصالات تلعب الأخبار دورا حيويا في نجاح التسويق السياسي.

و . وظيفة زيادة التمويل:

لا يمكن لإدارة التسويق السياسي أن تستمر بدون زيادة التمويل ، فنجاح الوظائف الأخرى مقصور بدرجة كبيرة على وظيفة زيادة التمويل ، ولتوزيع المرشح السياسي بالمصادر الملائمة ، لذا يعتمد الحزب السياسي على رسوم العضوية الحزبية وعلى التبرعات.

ز . تطبيق ادارة الحملات المتوازية:

تصف هذه الوظيفة مطلب التنسيق و إدارة الحملات و أنشطة الحزب السياسية وتلك الخاصة بالمنظمات الموازية ، حيث يساعد استخدام الحملات الموازية في زيادة مصداقية الرسالة السياسية.

ح . وظائف إدارة الترابط الداخلي:

ويتعلق بالعلاقة باعضاء الحزب والنشطاء والمحظيين حيث تلعب وظيفة التوثيق الداخلي دورا حيويا في خلق ثبات داخلي ومصداقية الصورة الخارجية للحزب.

وهناك ثلاثة أبعاد لدراسة السوق السياسي وهي:¹⁶⁴

أ. البعد الإيديولوجي:

والذي يدرس المجتمعات بما تحمله من معتقدات، ومفاهيم، ومرؤونات، وأفكار تجاه العملية السياسية، وممارسة الحياة الديمقراطية التي تأخذ الجابين الخاص والعام على حسب تركيبة المجتمع.

ب . البعد الاجتماعي والثقافي:

وهذا ما يتعلق بجانب السلوك السياسي للناخب ولكن يأخذ في معناه تمثيل الرمز الذي يحمله ويمثله الناخب كدلائل إجتماعية تحمل معاني ورموز متعارفة وتأخذ بعين الاعتبار لقداستها لدى الجمهور.

ج . الصورة الذهنية والسمعة:

التي تعد في الإتجاهات الحديثة في علم دراسة السوق السياسي وتعمل على تقييم المستهلك السياسي للقيادات السياسية للأحزاب والجمعيات وتكون من أهم مركبات بناء الثقة والصدقية للبقاء، والإستمرار داخل ملعب السياسة المتقلب.

وتنشر حملات التسويق السياسي بشكل منظم وغير منظم في المنطقة العربية، وأخذ بعضها مؤخرا التخلص من إرتباطها بفكرة الإصلاح من أصلها ، بل ويفيد التسويق السياسي أحد أشكال العولمة السياسية العائدة من جديد ، والإندماج في سوق عالمي موازي، وفي بعض البلدان أحد التسويق السياسي الحيز الأكبر في منهج إدارة الأوطان ، ويمكن رصد أربعة أنماط تسود في هذا الوقت وتبني الخبرة التسويقية في هذا المجال:

أ. النمط الأول: التسويق السياسي الكلي أو الشامل :

وهو الذي يستهدف كيانات بأكملها ، وإذا كان هذا النمط إنطلق إلينا من الولايات المتحدة الأمريكية الموطن الأصلي له ، من نمط الحزب ذو التوجه التسويقي إلى نمط الدولة ذات التوجه التسويقي فإننا أخذنا نشهد كيانات سياسية في منطقة الشرق الأوسط تبني مكانتها السياسية ودورها على استخدام إستراتيجيات التسويق السياسي ، والذي ينعكس أحيانا في سلوكها السياسي أكثر من أي تفاعلات سياسية أخرى.

¹⁶⁴ رحاب الحداد ،صحيفة الوسط البحرينية، مرجع سابق.

ب . النمط الثاني: تسويق المؤسسات السياسية:

على الرغم من أن هذا النمط يشكل أحد الميادين الأساسية في التسويق السياسي في الغرب، إلا أنه مازال لدينا أضعف أنماط التسويق ، حيث لم تلج الأحزاب السياسية و لا مؤسسات التمثيل الديمقراطي هذا الميدان ، ولم تطور تقنيات محلية في سياق آليات التنافس الجديدة للتعبير عن ذاتها.

ج . النمط الثالث: تسويق السياسات :

الذي يرتبط بشكل واضح بالمبادرات الخارجية ومشاريع الإصلاح الدولية والأجندة الدولية بشكل عام ، وقدم من خلال مؤسسات المجتمع المدني في أكثر من مكان من العالم العربي.

د . النمط الرابع: تسويق الرموز السياسية :

واستفاد من هذه التقنيات والرموز السياسية المحسوبين على التيارات التقليدية والدينية أكثر من الرموز التحديدية ، حيث استفاد من المزاوجة بين التقنيات الجديدة وشروط البنية المحلية.

الفرع الرابع: أساليب التسويق السياسي:

وفي هذا الخصوص يمكن ذكر بعض الأساليب الممكن استخدامها في التسويق السياسي باختصار على النحو الآتي :

1. دراسة الرأي العام والتي تتم على أساس التحليل الاجتماعي والديموغرافي .

2. تحديد أساليب الإعلام والإعلان وتقدير الحملة الانتخابية أو تخطيطها.

3. تحليل معطيات السوق السياسي.

4. تحديد المنتج السياسي.

5. تحديد أساليب الاتصال الجماهيري ، مع مراعاة الإقناع والهدف الانتخابي وفئات الجماهير المستهدفة وقواعد الإقناع السياسي.

6. تمويل الحملة الانتخابية.

يمكن تقسيم سوق السياسة على أساس الجمهور إلى :

1. سوق الناخبين.

2. سوق الممولين الذين يقومون بتقدیم الدعم المالي للحملة الانتخابية للمرشح أو الحزب.

3. سوق القادة ،أي قادة الرأي ورجال الصحافة والإعلام.

المطلب الخامس: الإعلام والخطاب السياسي:

تعتبر علاقة الإعلام بالخطاب السياسي علاقة إرتباطية ،ذلك إنه لولا وسائل الإعلام المختلفة لما إستطاع الخطاب السياسي أن يصل إلى الأذهان والأعين ، هذه الأخيرة التي تعمل على توسيع نطاق ، أو مساحة تلقى الخطاب إلى أكبر قدر ممكن فهل يمكن أن نتصور خطاب سياسي ناجح ما لم يمر عبر وسائل الإعلام ويتلقاه معظم من يعندهم أمره ثم أن الخطاب السياسي لا يعد من أجل فئة قليلة من الناس بل تعنى به غالبية الناس أو أفراد المجتمع إن لم نقل عامتهم بإعتبارهم جزء لا يتجزأ من المجتمع والدولة، وبالتالي السياسة التي هي أساس حكم الدولة، وليس هذه العلاقة التي تربط الإعلام بالخطاب السياسي فحسب ، وإنما نلحظ في كثير من الأحيان أن الخطاب السياسي يأخذ من الإعلام طرق، وإستراتيجيات الإنقاذ والتأثير، التي يستخدمهما في الحصول على التأييد، والموافقة و إدماج الشعب وإلتفافه حول الموضوع السياسي الذي يعالجه ذلك الخطاب، ولا يخفى علينا أن العلاقة ليست ذات جانب واحد بل هي علاقة تبادلية بين المتغيرين(الإعلام والخطاب السياسي)، حيث أن الإعلام بدوره يتأثر بالخطاب السياسي ، نظرا لما يحتويه الخطاب السياسي من أفكار ، ومن مظامين ، وقواعد ، وأوامر سياسية يجب أن تطبق بمحاذيرها خاصة إذا كان هذا الخطاب صادرا من شخص الرئيس وبعد دراسة معمقة، فهو في هذه الحالة يصبح قانونا واجب التنفيذ ، وبهذا فوسائل الإعلام بإختلاف طبيعتها وأنواعها قد تعنى بهذه الأوامر والقوانين الواردة في الخطاب السياسي ، وبالتالي قد تغير مصیرها ، وأحسن مثال على ذلك إختلاف أوضاع واقع الإعلام بإختلاف الأنظمة، فالإعلام في الأنظمة الشمولية غيره في الأنظمة الليبرالية التي تقر بحرية التعبير و تسمح بحرية الإعلام، الأمر الذي يؤدي بالضرورة إلى تشجيع الإبداع الإعلامي والإبتكار في المادة الإعلامية ، والبحث عن الحقيقة مهما كان شكلها ، وبعد عن التزييف والكذب، وهكذا ينشأ الإعلام الحر والموضوعي والصادق ، وأيضا الفعال الذي يؤدي بالضرورة إلى النهوض بالمجتمع والدولة والرقي بجمما .

المطلب السادس: الإعلام وعمليتي الإنقاذ والتأثير:

من أجل التعمق في العلاقة التي تربط الإعلام بعمليتي الإقناع والتأثير يجب معرفة ما الذي يعنيه كل من مفهومي الإقناع والتأثير:

الفرع الأول: الإقناع:

يعرف "لاس" الإقناع بأنه "تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة ومساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها ، عن طريق عملية معينة ، أين تكون الرسائل محددة لهذا التأثير".¹⁶⁵

ويرى "محمد عبد الرحمن عيسوي" أن الإقناع يخضع للقوانين التي تحكم عملية الإدراك، والمعرفة ،والدافعية، فهو يقول في ذلك: "إن الفرد يميل إلى الإقتناع بالإيحاءات التي يعتقد أنها تصدر من الأشخاص ذوي المكانة الاجتماعية البراقة".¹⁶⁶

و تعرف "ليلي داود" الإقناع بأنه: آلية رئيسية لتكوين الآراء وال موقف¹⁶⁷. ويمكن تعريف الإقناع بأنه : عملية إيصال الأفكار ، والإتجاهات ، والقيم ، والمعلومات إما إيجاء أو تصريحا، عبر مراحل معينة ، وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة ، وعن طريق عملية الاتصال.¹⁶⁸

ويعرف كل من "ولبر شرام" و "دونالد" و "روبرت" الإقناع كعملية بأنه : "عملية إتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل إلى إعادة النظر وتقسيم إدراكاته لحيطه ، وإعادة النظر في حاجاته وطرق إلتقائها، أو علاقاته الاجتماعية، أو معتقداته، أو إتجاهاته".¹⁶⁹

¹⁷⁰ ويرى "هربرت ليونبرجر": أن عملية الإقناع تتم عبر مراحل عدة هي:

- 1) مرحلة إدراك الشيء . awareness
- 2) مرحلة المصلحة والإهتمام . interest
- 3) مرحلة التقييم . evaluation
- 4) مرحلة المحاولة . trial

¹⁶⁵ في كتاب : عامر مصباح: الإقناع Stephen W.Little John.Theory of communication: الاجتماعي ، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2،2006،ص 16

¹⁶⁶ محمد عبد الرحمن عيسوي، دراسات في علم النفس الاجتماعي، لبنان، بيروت : دار النهضة العربية، 1974، ص 19.

¹⁶⁷ ليلى داود، وسائل الإعلام وأثرها على تقييم تنشئة الطفل الاجتماعية في المجتمع العربي، في: الواقع الاجتماعي لعامر مصباح، المرجع السابق، ص نفسها.

¹⁶⁸ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، مرجع سابق الذكر.

¹⁶⁹ جهان أحمد رشة، الأسس العلمية لنظريات الاتصال، دار الفكر العربي، 1975، ص 171.

¹⁷⁰ أحمد الخشاب، وأحمد النكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام، الإسكندرية: دار الكتب الجامعية، 1974، ص 25.

5) مرحلة التبني .adoption

في حين أن "رلين" و "جرووس" قد أشارا إلى أن الإقناع بفكرة جديدة أو تبنيها تماما يمر بأربعة مراحل هي كالتالي:¹⁷¹

1) الشعور بالفكرة.

2) الإقناع بفائدهها.

3) محاولة قبولها.

4) التبني الكامل لها.

ولعملية الإقناع عناصر مختلفة تساهم في تكوينها وهي كالتالي:¹⁷²

1) المرسل: الذي يقصد به الشخص أو مجموعة من الأشخاص ، أو مؤسسة تزيد أن تؤثر في الآخرين ، وهذا التأثير قد ينصب على معلومات الآخرين ، وإتحاها لهم النفسية وأحساسهم ومشاعرهم، وسلوكهم ، ومعتقداتهم، وهناك متغيرات تتحكم في المرسل أثناء عملية الإقناع والتأثير وهي كالتالي:¹⁷³

❖ دوافع المرسل: وهي كما يلي:¹⁷⁴

-1 دوافع إجتماعية مثل حب البروز، أو حب لفت الأنظار، أو تقديم الخدمات ، أو مكافحة الآفات الإجتماعية ، أو تعديل السلوك ، أو تشريف إجتماعي، أو توعية ، أو إرشاد طبي، أو تنشئة إجتماعية.

-2 دوافع إقتصادية: مثل ترويج بضاعة ، أو إبراز أهمية ومركز مؤسسة من المؤسسات ، أو إرشادات فلاحية، أو تنمية الدافع للإنتاج ، أو حب العمل.

-3 دوافع سياسية: كحملات انتخابية، أو تشويه المعارضة ، أو دعم التعددية، أو تبرير مشاريع سياسية، أو ترسیخ قيم سياسية جديدة، أو شرح برامج ، أو تنشئة سياسية.

-4 دوافع نفسية: كدافع السيطرة أو الإخضاع ، أو تحسين الصورة، أو معالجات نفسية، أو تخويف ، أو تشویق، أو تحذير، أو إسترجاع المحبة.

¹⁷¹ علي عجوة ، دراسات في العلاقات العامة والإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1985، ص 26.

¹⁷² عامر مصباح، الإقناع الإجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

¹⁷³ المرجع نفسه.

¹⁷⁴ المرجع نفسه، ص 25-26.

❖ خصائص المرسل:¹⁷⁵ يتميز المرسل بطائفة من الخصائص تتحدد فيما يلي:

- 1- مصداقية المرسل: والتي تشير إلى صفة الثقة ، والوزن النفسي ، والنفوذ الروحي الذي يسيطر به على المستقبلين، وبه يمارس عملية الإقناع والتأثير وتعديل سلوك المستقبلين في آخر المطاف.

- 2- المكانة الاجتماعية: وتعلق هذه الخاصية بالمكانة العلمية ، والاقتصادية، والنسبية والتاريخ الشخصي.

- 3- الجاذبية: وتشير إلى السمات الشخصية اللامعة في المرسل ، كجمال الوجه، والأناقة ، وجمال الصوت ، وحسن الحديث.

- 4- شعبية المرسل: وتشير إلى سعة جماهيرية المرسل بين المستقبلين ، والسمعة الحسنة، وشهرته بين الجمهور.

- 5- المهارة الإتصالية للمرسل: بمعنى أن يتتوفر على المقدرة والمهارة التي تمكنه من التحدث او الكتابة ، بحيث يستطيع التأثير على أفكار الآخرين.

- 6- المعرفة الوعية بالنظام الاجتماعي والثقافي الذي يعمل فيه.

❖ الرسالة الإقناعية: وهي الفكرة أو مجموعة الأفكار أو الأحساس ، أو القضايا ، أو الإتجاهات ، أو الخبرات التي يريد المرسل نقلها إلى المستقبل ، والتأثير عليه طبقا لها ، ولكي تكون الرسالة إقناعية مؤثرة ونافذة للجمهور، يجب توفرها على:¹⁷⁶

- 1- إثارة الانتباه، ويقوم الانتباه بدور المصفاة التي تيسر نفاذ المعلومة حسب النوعية والجودة .

- 2- الجاذبية.

- 3- بساطة الأسلوب.

- 4- إتساق بناءن الحجاج.

- 5- المظاهر الكمية مثل المدة والتكرار.

❖ المتلقى: ويقصد به الشخص ، أو مجموعة الأشخاص ، أو جمهور المستقبلين بصفة عامة الذين هم معرضين لرسائل التأثير الصادرة من طرف المرسل، وهناك عناصر أو

¹⁷⁵ المرجع السابق، ص 26.

¹⁷⁶ المرجع نفسه، ص 27.

متغيرات تخص المستقبلين يجب على المرسل أن يضعها بعين الاعتبار والحساب

¹⁷⁷ وهي:

١- حاجات الفرد.

٢- الدافع الإجتماعية للفرد.

٣- البيئة الإجتماعية التي يعيش فيها الفرد.

الوسيلة الإقناعية: ويقصد بها الأداة الناقلة للرسالة الإقناعية ، سواء تعلق الأمر

بصحيفة أو راديو، أو تلفزيون، أو أنترنيت... إلخ.

ومن هنا يبرز الدور الذي يلعبه الإعلام ، و مختلف وسائله في عملية الإقناع ، كما تبرز العلاقة الإرتباطية الوطيدة بين هذين الأخيرين، حيث أنها لا تستطيع الجزم بتاتاً باتفاق الإثنين عن بعضهما ، ذلك أن عملية الإقناع حتى تؤدي غرضها الأساسي ، و يستطيع أصحاب الرسائل الإقناعية الوصول إلى أهدافهم وأغراضهم من وراء ذلك بعض النظر عن طبيعة الأغراض سواء سياسية أو دينية أو إقتصادية... إلخ ، لابد من توفر الوسيلة (القناة، أو الأداة) التي تتحقق تلك الأغراض الإقناعية التأثيرية، كما أن وسائل الإعلام لولا وجود عملية الإقناع ونظرياته الفعالة لما استطاعت هذه الوسائل أن تستمر في نشاطها فالمضامين الإعلامية أو المحتوى الإتصالي لوسائل الإعلام يتغذى من الجهود النظرية التي وصلت إليها دراسات الإقناع والتأثير، كما أن هاتين العمليتين الأخيرتين أصبحتا توظفان في جميع المجالات كالحملات الإعلامية والإعلانية، والتسويقيّة ، وخاصة السياسية منها كالحملات الانتخابية بأنواعها والإعلان والتسويق السياسي ، والتنشئة السياسية.

الفرع الثاني: التأثير

ويرتبط بمفهوم الإقناع مفهوم آخر وهو التأثير ، وهذا المفهومان يكادان يكونان متلازمين، فظاهر لفظ التأثير يشير إلى عملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المستقبل مع توفر إرادة ذلك ، في حين مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها الفرد قبل الإقناع ، واستقبال الرسائل وتفاعلها معها ، فالتأثير هو إرادة و فعل لتغيير الإتجاهات والإعتقادات أو الآراء ، أو على الأقل تعديلها أو ترسيخ قيم وأفكار جديدة قد تخدم من يريد التأثير، أما التأثر فهو نتيجة محققة من خلال عملية التأثير ، وبهذا الشكل يكون التأثير مرادفاً للإقناع، والتأثر مرادفاً للإقناع.¹⁷⁸

¹⁷⁷ المرجع نفسه.

¹⁷⁸ المرجع نفسه، ص 17.

ويمكن تعريف التأثير في معناه الواسع، حسب المعجم النصدي أنه : "مثلاً أي شكل للفعل "أ" المؤثر يمارس بطريقة فعالة على "ب" المتأثر.¹⁷⁹

إضافة إلى طرق الإقناع هناك طرق فعالة في التأثير على سلوك الفرد، منها:

-1 الخطاب المباشر.

-2 الإيحاء.

-3 العدوى الاجتماعية.

-4 الإتصال الاجتماعي.

-5 التعلم الاجتماعي.

وتجدر الإشارة إلى أن عملية التأثير لا تكون فعالة إلا إذا تمكن من الإجابة على مجموعة من الأسئلة: لماذا؟ مذا؟ من؟ كيف؟ متى؟ إرجاع الأثر.¹⁸⁰

وستعمل عملية الإقناع و التأثير العديد من التقنيات كل حسب طبيعة المجال الذي تنشط من أجله ،ذلك بهدف إحداث الأثر المطلوب والذي يكون ذو درجة كبيرة من الضمان ،وهذه التقنيات تحدث عنها بالتفصيل "روبرت شيالديني" ، كما أن هناك تقنيات أخرى أشار إليها علماء النفس العيادي ، و علماء النفس الاجتماعي ، وكثيراً ما تستخدم وسائل الإعلام هذه التقنيات وتوظفها بغية التأثير على جمهورها ، إذا لم نقل أنها أساس عمل ونشاط وسائل الإعلام كون أن هذا النوع من الوسائل أصبح مؤخراً يعتمد كثيراً على الدراسات النظرية والميدانية ، التي ترصد ميلات وحاجات الجمهور حتى يتم بناء ، وتركيب ، وقولبة المضمون الإعلامي طبقاً لتلك الميلات ، وال حاجات والرغبات ، وبالتالي هنا تتحقق عملية الإقناع ، والتأثير، ويمكن ذكر أهم التقنيات التي تحدث عنها شيالديني وعلماء النفس الآخرون، والتي يوظفها الإعلام ، وخاصة رجال السياسة ورجال المال والأعمال على النحو التالي:

تقنية النمذجة:

تعتبر نظرية التعلم هي الخلفية النظرية لهذه التقنية وهي مستمدّة منها، و تستند التقنية على إفتراض مفاده ،أن الإنسان قادر على التعلم عن طريق ملاحظة سلوك الآخرين ، هذا الأخير الذي يكون

¹⁷⁹ ر. بودون بوريكو، المعجم النصدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986، ص 119.

¹⁸⁰ للمزيد من الشرح والتفصيل يرجع إلى: مصطفى حجازي، الإتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، لبنان، بيروت: المركب العربي للتطوير الإداري، 1982.

معروض عليه في شكل نماذج معينة ، يمكن تقليلها و آداء تصرفات مماثلة لها ، وهذا ما يطلق عليه إعادة إنتاج السلوك من جديد وفي سياق آخر وبظروف ربما مغايرة .¹⁸¹

ويرى "ملفين ديفلور" وزميله أنه إذا أردنا إسقاط هذه التقنية على وسائل الإعلام يمكن إتباع مجموعة من المراحل:¹⁸²

1. يلاحظ أحد القراء ، أو المستمعين ، أو المشاهدين من جهور وسائل الإعلام أن أحد الأشخاص النموذج يشتراك في نموذج للتصرف في المحتوى الإعلامي .

2. يتعرف الملاحظ على النموذج ، ويتماثل معه ، أي يعتقد أنه يشبه النموذج ، أو يريد أن يكون مثل النموذج ، أو يراه جذاباً وجديراً بأن يقلد .

3. يدرك الملاحظ وهو واع أو يصل إلى إستنتاج بدونوعي ، أن هذا السلوك سوف يؤدي إلى نتائج مرغوب فيها إذا ما قلد في وقت معين ، بمعنى أن المقلد إذا تعرض لموقف مشابه لما شاهده ، يعتقد أن هناك تلاؤم ومناسبة بين السلوك والموقف المواجه، ومن يوظف السلوك النموذجي عملياً وهي غاية التقنية النهائية.

4. المرحلة الرابعة هي مكملة للمرحلة التي سبقتها ، حيث أن الملاحظ يتذكر تصرفات النموذج عندما يواجهه الظروف (موقف التأثير) و يتخذ من السلوك الذي إقنع به كوسيلة للإستجابة لهذا الموقف.

5. في حالة تبني الملاحظ لذلك السلوك في مواجهة موقف التأثير، تحدث حالة من الشعور بالرضا، أو الراحة النفسية، أو المكافأة لأن الموقف ككل هو إشباع حاجة نفسية لدى الفرد، والتي يمقتضها إنتقى الملاحظ سلوكاً معيناً من النموذج ، ووظفه في موقف معين، وبهذا الشكل تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والإستجابة المستوحاة من النموذج ، ويزداد تدعيمها.

6. وفي النهاية يتدعم سلوك الفرد الملاحظ في المواقف المواجهة ، كلما كان هناك دعم إيجابي من المحيط لهذا السوق، بمعنى مدح وإعجاب و رضا ، كلما أدى ذلك إلى تعزيز وتدعم السلوك المتبنّى عن طريق الملاحظة.

تقنية القدم في الباب:

¹⁸¹ عن: عامر مصباح ، مرجع ذكره، ص 129.

¹⁸² ميلفن ديفلور، و ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص 302-303.

إستمد إسم هذه التقنية من الطريقة التي يستعملها الباعة المتجولين بين البيوت لعرض مبيعاتهم على ربات البيوت ، ولكن لا تغلق الأبواب أوصادهم ، ويجبرن ربات البيوت على السماح لهم ، وعرض عليهم ما يحملون معهم من بضاعة، يضعون أقدامهم في الجزء المفتوح من الباب ، هنا تظطر صاحبة البيت عدم غلق الباب والسمع إلى البائع ، ومن ثم تدخل في المساومة مع البائع حول البضاعة المعروضة والأثمان ، وبطريقة ذكية لا يترك البائعين الزابون دون شراء شيء ولو صغير ، وال فكرة الأساسية لهذه التقنية هي أنك تسأل الآخرين أن يؤدوا لك معرفة يعد تافها أو بسيطا، فيؤدي ذلك المعروف البسيط إلى تحطيم دفاعات المرأة الذاتية فيصبح مستعدا بعد ذلك لاداء معروف أكبر وأكثر ، وأكثر من يستخدم هذه التقنية هم رجال السياسة الذين يقومون بتوريط الجمهور في قضايا تبدو للعميل أنها بسيطة ومحدودة التأثير ، ولكن البدء بالتعاطي معها ، يورط صاحبها في مواقف أو أعمال أخرى أكبر منها حجما وأكثر خطورة .¹⁸³

(3) تقنية المحاملة:

يرى "روبرت شيالديني" أن تقنية المحاملة تقوم على فكرة مفادها ، أنه يجب علينا أن نقوم بسداد دين خدمة ما ، قدمها لنا أشخاص آخرون ومن صنف مماثل، بمعنى إذا قام شخص بتقديم هدية لشخص آخر بمناسبة العيد مثلا ، فإن الشخص الذي تلقى الهدية يجد نفسه مجبرا بدفع الجميل على تقديم هدية لذلك الشخص في إحدى المناسبات، ومن أكثر مجالات المحاملة حيوية العمل السياسي ، فهي تظهر في كل مستوى من مستوياته ، فعادة ما تقوم بعض الدول بمناصرة قضايا عالمية معينة كقضايا التحرر ، أو في الكوارث الطبيعية بجعل أصحاب هذه القضايا مدينين لها ، وقد يحظى زعيم سياسي بتأييد واسع في أحد المحافل ، وهذا التأييد يعبر في حقيقة الأمر على رد للجميل لهذا الزعيم السياسي. وعلى المستوى المحلي تقوم الأحزاب السياسية -من أجل المحافظة على بقاء مرشحها في مناصبهم- بتقديم عروض واسعة من الخدمات للناخبين ، والإهتمام بمصالحهم ، و توفير فرص العمل و أسباب الحياة الكريمة.¹⁸⁴

(4) تقنية البرهان الإجتماعي:

تقوم هذه التقنية على إفتراض مفاده أننا إذا أردنا معرفة ما هو صواب يجب البحث والعنور على ما يعتبره الآخرون صوابا، وينطبق هذا المبدأ على وجه الخصوص على الطريقة التي نقرر بها ماذا يدخل

¹⁸³ سعد جلال، علم النفس الإجتماعي، ليبيا : الجامعة الليبية، 1972، ص 182.

¹⁸⁴ عامر مصباح، الاقناع الاجتماعي، ص 139

في تكوين السلوك الصواب، بمعنى آخر ، أن معيار الفرد في معرفة خطأ السلوك أو صوابه مرتبط بفعل الآخرين له، فإذا مارأى الآخرين يقومون به فهذا يعتبر دليلاً كافياً بالنسبة إليه على أن السلوك صواب. وعادة ما يندفع الأفراد للإقدام على أفعال معينة أو الإقتناع بأفكار معينة ، لأن غيرهم فعل ذلك أو إقتنع به ، ونحن عندنا في المجتمع الجزائري مثل شعبي يقول: "دير كيما جارك أو اغلق باب دارك" ، وهذا المثل الشعبي يحمل الكثير من الحقائق النفسية في عملية الإقناع والتأثير ، فهو يعبر عن حقيقة مجتمعية تضبط سلوك الأفراد وتحكم في عملية الإقناع الاجتماعي ، سواء في دائرة الفرد ، أو الجماعة، وهنا تتدخل ظاهرة التقليد الاجتماعي ، والإمتناع عن الخروج من دائرة الجماعة وإتباع الأفراد لسلوك بعضهم بعضاً، وقاعدة البرهان الاجتماعي تجعل من سلوك الفرد أقل خطأً مما لو تصرف ضد الدليل الاجتماعي ، وتوظف هذه التقنية من أجل الإقناع بإقتناء سلعة معينة ، كما تستخدمها برامج التلفزيون من أجل الإقناع بالتبع ، وذلك عن طريق عرض برامج لأشخاص يتبرعون بأموالهم لصالح مشاريع حيوية.

(5) تقنية اللص الصديق:

هذه التقنية على قوة الإستعطاف والحب الذي يتبادله الأفراد فيما بينهم ، حيث كلما شعر الفرد بأن فرداً آخر يحبه، ويظهر مشاعر إيجابية نحوه، كلما كان أقدر على إقناعه .

وتتدخل أربعة متغيرات لتضفي على تقنية اللص الصديق الفعالية وقوية التأثير، وهي:

1/الجاذبية الجسمية: حمل الناس على حب ما هو جميل ، والميل إلى كل شيء يتميز بالرتابة والأناقة والرقابة ، ومن هذا المنظور نجد أنفسنا منحدبين نحو الأفراد الوسيمين ، والذين يتميزون بسمات جسمية جذابة ، كبياض البشرة ، ولون الشعر ، ولون العينين ، والذكاء ، والرقابة ، والرأفة ، والأمانة...، ومن ثم يكون على الفرد أن يبني علاقية صداقية مع هذا النوع من الناس، بل وفي بعض الأحيان ندعوي أننا نحبهم.

وفي هذا المجال هناك دراسة أجريت على الانتخابات الفيدرالية الكندية عام 1974 ، فوجد أن المرشحين الوسيمين نالوا من الأصوات ما يزيد عن المترفين والنصف مقابل ما حصل عليه منافسونهم غير الوسيمين.

ويؤكد هذا الإفتراض أن الناس يميلون أكثر إلى حب الوسيمين، وتقديم المساعدة لهم وربط العلاقات الاجتماعية معهم، كما أن الوسيمين أكثر قدرة على الإقناع لأنهم يملكون السمات الشخصية النوعية وطاقات فكرية أفضل.

2/التماثل: حيث أن الأشخاص ينجدبون إلى الأفراد الذين يماثلونهم وبحبونهم سواء كان ذلك التماثل في اللون ، أو في السمات الشخصية ، أو في الآراء والإتجاهات ، أو في نمط الحياة، وبالتالي فإن هؤلاء الذين يرغبون في زيادة إنصياعنا لهم، يمكنهم تحقيق ذلك الغرض بظهورهم مماثلين لنا.

وأكثر ما يحدث هذا في مجال التسويق السياسي وإقناع الناخبين ، حيث يعمد الساسة إلى التشبه بنمط حياة الناس العامة ، والظهور بالظهور الشعبي البسيط لجلب حب الناس لهم ، وإنصياع الأفراد لآرائهم.

3/الإطراءات: عادة ما يتحاب الناس عندما تكون العلاقات بينهم مغلفة بعبارات الإطراء والمديح، وبعيدة عن الشتم والقذف ، وكثيراً ما يتهاون الرجال أمام المديح الذي يزجي على شخصيتهم حتى ولو لم يكن ذلك حقيقياً، وخاصة عند رجال السياسة، قادة الرأي، والرؤساء، والتاريخ يحكي لنا كيف كان الشعراء يمدحون النساء والخلفاء لنيل عفوهم عليهم.

4/الإحتكاك والتعاون: يعتمد هذا المتغير على الألفة والإتصال، فالناس يحبون من يألفونه ويحبونه به، ويتنكرون للغرباء عليهم، فكثيراً ما يصوت الناس على المرشحين المألوفين لديهم ، وتتداول أسماؤهم كثيراً بينهم ، ولهذا الغرض تقوم الحملات الانتخابية ويجهد المرشحون في التعريف بأنفسهم. ونحن نلاحظ في الساحة السياسية الجزائرية كيف أن أحزاباً سياسية كانت متناحرة ومتعددة وأصبحت متحالفة ومتقاربة نتيجة للإحتكاك ، وهذا ما نلمسه حالياً وواضحاً في الانتخابات الرئاسية 1999، حيث التعاون الحزبي في جمع التوقعات للمرشحين.

(6) تقنية الإذعان الموجه:

تنطلق هذه التقنية من ذلك الإحترام المتبع بالإنصياع الذي يفرضه علينا أنس معينون نظراً للمركز الذي يحتلونه في المجتمع، سواء كانوا رجال دين ، أو أطباء ، أو قادة سياسيين...، فغالباً ما يتحكم هؤلاء الأشخاص في شعورنا ويأمروننا بأشياء نفعلها دون أن نناقش لماذا؟ وهذه الطاعة تحمل في طياتها الفرض والإجبار دون أن تلوح باستعمال القوة للإنصياع لها ، بل الهيئة والمكانة الاجتماعية هي القوة الحاملة على إنصياعنا لهذا النوع من الرسائل.

وفي هذا النحو يستغل المحترفون في الإعلانات مكانة الطبيب في المجتمع لتسويق سلع إستهلاكية و طبية: عن طريق توظيف إرشادات الهيئات التي يطلع بها على الجمهور عبر وسائل الإعلام. وتحل هذه التقنية ثلاثة متغيرات تضفي عليها فعالية كبيرة في التأثير والإقناع وهي: الألقاب، الملابس، والزركشات.

1/ متغير الألقاب: إن الألقاب من أصعب رموز السلطة ، ولكن في نفس الوقت من السهل التلبس بلقب ما يكتسي هالة من الهيئة ، والإحترام ، والإذعان ، فعادة ما يستغرق كسب لقب سياسي، أو ديني ، أو إجتماعي سنوات عديدة ، حتى يصل صاحبه إلى المكانة التي تقابل ذلك اللقب، ولكن قد يتتحقق شخص ما لقباً ما له رمزيته في المجتمع، فينال الإذعان والإنصياع بطريقة آلية.

2/ متغير الملابس: من رموز السلطة اللباس الذي يوحى بالهيبة والعقارب ، والأمر والطاعة والنفوذ ، وهو يؤدي إلى الإنصياع الطوعي والآلي دون التفكير في حقيقة محتواه ، فالبذلة الجديدة مع ربطة العنق الأنثقة، وتسرّيحه الشعر المتزنة، تضفي على صاحبها هالة من الهيئة ، والنفوذ ، والسلطة التي تؤدي إلى الإستجابة الإنصياعية الآلية.

3/ متغير الزركشات: وآخر رموز السلطة ، والتي يضفي عليها هالة الهيئة والإحترام والإذعان هي السيارة ، خاصة التي عرفت في المجتمع عادة ، أن مقتنيها من رجال الحكومة ، أو من ذوي النفوذ في السلطة والمجتمع ، كسيارة نيسان أو مرسيدس، الفاخرة طبعا ، فعادة إذا كانت هذه السيارات تسير في الطريق يجد أصحابها من قبلنا إحتراماً فائقاً .

وظاهرة الإذعان والإنصياع لرجال السلطة تتسع لتشمل الجانب السياسي والديني ، فالأفراد يسمعون بإهتمام ، ويطعون بإنتقاد للكلام والأوامر التي يسمعونها من رجال السياسة ، أو الدين الذين يحترموهم ، ويثقون بهم ، أو الذين يعرفون أن مصالحهم بيدهم ، ويمكن توظيف مثل هذه الشخصيات في الحملات الاجتماعية المستهدفة للوقاية من مرض معين ، أو مقاومة آفات إجتماعية ، أو الحفاظ على مصالح عمومية.

(7) تقنية الندرة:

تقوم هذه التقنية على فكرة مفادها أنه "إذا قل الشيء عز" بحيث أن الناس يعانون من حساسية الخوف من فقدان الأشياء التي اعتادوا على إقتنائها ، ومن ثم إذا ما لمسوا أن سلعة ما بدأت في النفاد أخذوا يقبلون بحساسية مفرطة على إقتناء أكبر قدر ممكن منها وإدخارها في البيوت ، خاصة يتعلق الأمر بالسلع التي يعتمدون عليها في حياتهم اليومية ، وربما يكونون موضوعين مع أنفسهم عندما يتلهفون على شراء الأشياء التي هي آخذة في النفاد ، ولكن المحترفون في الإنصياع والباعة المهرة يدركون جيداً هذه الحساسية لدى المستهلكين ، فيقومون بسحب سلعة ما من السوق وتخزينها في المخازن حتى يفتقدوها الناس وتترتفع أسعارها ، حينئذ يقوم التجار بتسييرها بإنتظام إلى السوق للحفاظ على بقاء أسعارها مرتفعة.

(8) تقنية غسل الأدمغة:

أول من يستعمل مصطلح "غسل الأدمغة" هو الصحفي الأمريكي "إدوارد هنتر"، وذلك بعد الحرب العالمية الثانية، وقد أراد به تحرير العقل من منظومته المعرفية، والقيم والمبادئ التي تأسلت في أعماقه. ولهذا المصطلح إمتداده التاريخي، فهو مشتق من التعبير الطبي "تنظيف المخ"، ولكن حول هذا المعنى وأعطى له معنى آخر و مؤداته: إقناع الفرد بأفكار ومعتقدات جديدة ، والتشكك في ما كان يعتقده ويفكر به، بمعنى إفراغ الفرد من أفكاره ومبادئه ومعتقداته، وتعويضه بأفكار ومعتقدات جديدة، يجعله في حالة توافق مع من قام بالعملية ، ويمكن تلخيص العملية بكاملها بما يسمى بـ "الإقناع الخفي".

وعملية غسل الأدمغة لها إستعمالات عديدة ومتنوعة وتطبيقات مختلفة وفي نفس الوقت ليست حبيسة الأفراد فقط، بل يمكن أن تسحب على الشعوب بكاملها ، خاصة التي تتعرض لعقاب من قبل دولة أو دول أخرى، حيث يتبع الحصار الاقتصادي والعسكري بعملية دعائية مسيرة، تستهدف عقول الأفراد ونفسائهم المرهقة ، لإقناعها بأفكار الدولة المعاقبة. وتوظف وسائل الإعلام ك وسيط حيوي وفعال بين الدولة المعاقبة وبين شعوب الدولة المعاقبة.

(9) تقنية لعب الأدوار:

وتفترض هذه التقنية أن الحياة الإجتماعية تشبه تمثيلية على خشبة المسرح ، حيث أن كل إنسان يؤدي دورا معينا خاصا به، وبتحركه على خشبة الحياة اليومية، يحرك عند المشاهد الأحساس التي قد يتحرر هو منها بعد ذلك. وقد كانت فكرة "مورنو" أثناء تطويره لهذه الفكرة أو التقنية أن الفرد يستعمل بصر الأفراد الآخرين ليرى نفسه به، ويعطيهم بصره كي يروا أنفسهم به، وهذا يرى أن الدور هو الوحيدة الصغرى من الثقافة ، وهو الطريقة التي يثبت بها الفرد نفسه، ويتحرك بها كي يواجه ما سيكون في زمن معين ووضعية معينة.

(10) تقنية فخ الإطراد والإلتزام:

تبني هذه التقنية على فكرة رئيسية مفادها أن الفرد يشعر بحاجة قوية نحو الإلتزام بالأشياء التي إنغمست في آدائها ، أو أعطي تعهدات على فعلها، حتى وإن كانت المعطيات الموضوعية توحى بأن مصلحته في غير تنفيذ تلك الإلتزامات ، وهذه الحاجة النفسية نابعة من زيادة عامل الثقة، وشدة الإرتباط بالموضوع الذي نحن إزائه.

وفي هذا المجال نلاحظ ان مصانع لعب الأطفال كثيرا ما تستخدم هذه التقنية لحمل الآباء على شراء منتجاتها تحت طائلة ضغط الأطفال ، وحل مشكلة تكدس المنتجات الخاصة بها بجأة هذه الشركات إلى توظيف التلفزيون ، وذلك من خلال علانات جذابة قبيل أعياد الميلاد مباشرة ، وتأثير هذه

الحملات الإعلانية على الأطفال ، بحيث تزود الرغبة لديهم في إقتناء تلك اللعب المعروضة في الإعلانات التلفزيونية وهنا يضغطون على آبائهم لشراء ذلك النوع من اللعب، وفي هذا الوقت تقوم الشركات المصنعة لها بتحفيض الكمية من الأسواق أو المحلات ، وذلك لبيع الأنواع الأخرى من اللعب ويُظطر هنا الآباء إلى شراء الأنواع الأخرى للتزاماً بالوعود التي أعطوها لأولادهم، ثم تقوم الشركات بعد عيد الميلاد بإعلانات في التلفزيون عن اللعب الأولى لتحفيز الأطفال للضغط على آبائهم لشرائها لهم.

(11) تقنية الغمر:

تشير هذه التقنية إلى العملية التي يتعرض فيها الفرد دفعة واحدة بسرعة للموضوع الذي لا يريد رؤيته ، أو سماعه ، أو التعامل معه ، بشكل يمكنه من معاишته والتفاعل معه دون حساسية الخوف أو الكراهيّة، ويؤدي ذلك إلى التأقلم معه، وربما معرفته على حقيقته، وتغيير صورته المشوهة في ذهنه ، ويجب أن لا تعطى للفرد فرصة التفكير في هذا الموضوع أو التراجع عنه قبل أن يغمر فيه، ويجد نفسه تحت الأمر الواقع، وعندها إذناكتشف صورة غير التي في ذهنه عنه، يمكن أن يميل نحو تعديل تصوره والتخلص من التصور السلبي. ولهذه التقنية نتائج فورية تظهر على سلوك الفرد.

(12) تقنية الاشتراط التنفيذي:

الفكرة الأساسية التي تقوم عليها هذه التقنية مفادها أنه يمكن التخلص من السلوك غير المرغوب فيه عندما نقرنه بحادثة أو منهية يثير خوف الفرد أو إزعاجه ، أو إمتعاضه أو شعوره بالقرف ، بمعنى ربط السلوك بإستجابة غير مرغوب فيها من قبل العميل الأمر الذي يجعله يتفادى تبني هذا السلوك مرة أخرى وبالتالي تفادي النتيجة المؤلمة لهذا السلوك.

(13) تقنية إشباع المنبه:

تمثل هذه التقنية المعنى المعكوس لتقنية الندرة، فالندرة تحمل الناس على الإقبال على الأشياء النادرة بلهفة عالية لإقتناها، لكن هناك أشياء أخرى يطلب فيها التخفيف من إقبال الناس على شيء معين، كمعالجة الرغبة في تكديس المواد الغذائية الواسعة الإستهلاك فوق الحاجة ، فيكون الطريق إلى ذلك هو زيادة عرض هذه المواد بكميات كبيرة، حتى يطمئن المستهلك بتوفرها ، وبالتالي يتحول من المغالاة في الشراء إلى الإكتفاء بحاجته فقط . ويمكن توظيف هذه التقنية عبر وسائل الإعلام والرأي العام عندما يكون المجتمع يعاني من عادات سيئة ، كالرغبة في تخزين مواد معينة في السوق ، فيمكن تصميم حملة دعائية تحذيري على معلومات تفيد أنه قد زود السوق بكميات كبيرة من المواد التي يمكن أن تلبي أو تغطي جميع حاجات المواطنين.

(14) تقنية الجماعة:

تنطوي على مجموعة من الشروط التي يجب توفرها في العملية حتى تضمن فعالية التقنية في تعديل السلوك، والتي طرحتها كل من "هولاندر" و "كازاوكا"، وهذه الشروط هي: مراعاة تجانس الجماعة، تكوين جاذبية و هوية للجماعة المبدئية، تكوين معايير للإنفتاح والمشاركة في الفعاليات والخبرات، إقامة إطار سلوكي لكل المشاركين، إقامة توقع إيجابي لدى كل المشاركين، إقامة و تنفيذ نموذج للتغيير وذلك من خلال تحديد وتعريف السلوك المستهدف و تغييره و تحديد خط أساسي للسلوك المستهدف و تسجيله، تنفيذ برنامج ملائم للتغيير، يقوم على أساس المعلومات المستمدة من الخطوتين الأولى والثانية، التقويم من خلال نظام لجمع البيانات الالزمة)، إقامة وتنفيذ ميكانيزم لتعزيز أثر العلاج إلى البيئة الطبيعية، إقامة وتنفيذ ميكانيزم للمحافظة على التغيير السلوكي بعد إنتهاء عمل الجماعات.

(15) تقنية بيك:

تعتمد تقنية بيك في تعديل السلوك أو تغييره على الجانب المعرفي في الإنسان، على إفتراض أن الإنسان يتصرف بعقلانية ، وأن الخطأ في التفكير يؤدي إلى إضطراب في السلوك، ويستمد الفرد معارفه من الأحداث اللفظية أو المصورة في مجده الشعور، ومن إعتقادات الأفراد و إتجاهاتهم و آرائهم وإفتراضاتهم، فهو يتصرف وفق ما يتصور ، أو يدرك ، أو يصنف الأحداث معرفيا في ذهنه ، فهو يتصور الخطر ثم يهرب منه أو يشعر بقلق أو يتتجنبه.

(16) تقنية الإنفعال العقلاني:

ترتکز هذه الطريقة على تبديل طريقة الفرد في التفكير و إدراك الأشياء التي أمامه والتي يترتب عنها سلوك غير مرغوب فيه، فإذا كانت قد حدثت للفرد خبرة سيئة مع شيء ما ، فإن هذه الخبرة لا شك أنها ترسخ في ذهنه في شكل صورة سيئة نحو ذلك الشيء و التفكير المنطقي السليم يعين الفرد على الأدراك الجيد لذلك الشيء و التقييم السليم للموقف، لكن التفكير غير المنطقي ، والإدراك الخاطئ تترتب عليه أفعال سيئة في كل مرة يواجه فيها الفرد نفس الموقف.

(17) تقنية التطمئن التدريجي:

وتتركز على محاولة جعل الفرد يستحضر أكثر حالات المدحوء والرتبة، بدلا من استدعاء مواقف القلق، وذلك عن طريق اللجوء الى الاطمئنان المتدرج.

المطلب السابع: الإعلام و العولمة:

منذ بداية السبعينيات من القرن 20، وحتى نهاية الحرب الباردة خضع النظام العالمي لعملية تسريع كبرى لم يشهد التاريخ مثيلا لها من قبل ، تمثلت أساسا في إنفجار تكنولوجي كبير في ميدان الإعلام والاتصال، ارتفعت بموجبه قوة جمع المعلومات وتخزينها وإستغلالها، ونقلها إلى مستويات غير مسبوقة في تاريخ الإنسانية من قبل، انبعثت في خضمها ظواهر جديدة، لعل أوسعها انتشارا، وأكثرها جماهيرية ظاهرة العولمة.

و كما يعتبر "مارك فيرو" ان العولمة بدت تجلياتها بالعولمة الإقتصادية، وعولمة رؤوس الأموال مرورا بالعولمة البيروقراطية ، وظهور بذور التكنوقراطي ، والسلطة المركزية ، وفي القرن 17 تجلت كثيرا بوادر العولمة، في العولمة، العلمية، ونهاية العلوم الطبيعية، والفيزيائية ، وفي الأخير مرت العولمة بمرحلة عولمة الإعلام والإتصال.¹⁸⁵

لاشك أننا نعيش في ظل هذه العولمة ثورة إعلامية بكل ما تحمله الكلمة من دلالات خاصة بتفاعل أجهزة الإعلام مع الحاسوب لتشكل إندفاعها، ولا حواجز تعيق التدفق المنهمر في كل الإتجاهات.

إن تكنولوجيا الإتصال الحديثة أتاحت العديد من الوسائل والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية، وقربت المسافات ، وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان ، وبتحميها ، وتخزينها ، وبتها بشكل فوري، متخطية قيود الوقت والمسافة، وقد تمثلت هذه المبتكرات في الأقمار الصناعية والكواكب المحورية والوسائل التعددة، والإتصال المباشر بقواعد شبكات المعلومات مثل الأنترنيت، والهواتف النقال ، والبريد الإلكتروني ، والتلفزيون التفاعلي... الخ ، وهذا ما سماه مارشال ماكلوهان بالقرية الكونية التي إجتازت من القبيلة والعشيرة ، إلى ربط مجتمعات ودول ومناطق عن طريق الوسيلة الواحدة.¹⁸⁶

وبذلك فتحت هذه الثورة التكنولوجية آفاقا جديدة لخدمات ووظائف الإعلام والإتصال، كما حطمـت الفواصل التقليدية بين الإعلام والإتصال الجماهيري، من جهة ، والإتصال الشخصي ، من جهة ثانية، وقادت نحو نمط إتصالي جديد يتسع لكل أنماط الإتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر ، والمبادر بين المرسل والمستقبل، وتبادل أدوار الإتصال بين الطرفين، وإتساع وتنوع حرية المستقبل في الإختيار.¹⁸⁷

¹⁸⁵ يحيى اليحاوي، في العولمة والتكنولوجيا و الثقافة، بيروت: دار الطليعة للطباعة، ط1، [د.س.ن]، ص 20.

¹⁸⁶ www.com.alriyadh.

¹⁸⁷ عيساني رحيمة، مدخل إلى الإعلام والإتصال، الجزائر : مطبوعات الكتاب ، 2007، ص 221.

لهذا فإن المفهوم الذي أخذه الإعلام من مجرد عملية نقل المعاني والأفكار، والعواطف بين الأفراد قد أصبح مجرد مفهوم كلاسيكي قبضت عليه العولمة، فمفهوم الإعلام الآن أصبح ما هو متعلق بتأثير تكنولوجيات الاتصال والإعلام.

ثورة الاتصال، الثورة الإعلامية، تكنولوجيا الاتصال، هي كلها مصطلحات تتصل بمفهوم واحد، يعبر عن اصطلاح الحضارة بالوسائل التكنولوجية المستخدمة.

إن تحديد تاريخ مصطلح الثورة الاتصالية ،يرتبط بظهور كلمة "ثورة" لأول مرة بالأدبيات الإعلامية في تقرير قدمه "جورج بوجيدو" ، بشأن إدماج التلفون والحاшиб في جهاز واحد، ولكن نظام مختلف يسمح من خلاله بتغيير المعطيات ، وبين أجهزة الحاسوب عبر الكابلات، ومحطات تقوية الموجة والأقمار الصناعية في عملية إتصالات أسرع، وأطلق على هذا الإدماج تسمية التليماتيك telematique ، وتكنولوجيا الاتصال، أو المرتبطة بمصطلح ثورة الاتصال ، هي ذلك التفجير بمعالجة المعلومات وبثها بشكل آلي ، وواسع وهايئ ، باستخدام متميز للأقمار الصناعية ، وبفورية الإعلام المنقول ، الأمر الذي فتح آفاقاً لا حدود لها من التطور ، وكان وراء هذا التطور التكنولوجي ، والتتسارع الهائل كالاتصال، والبث ، ظهور ما سماه ماكلوهان القرية الكونية.¹⁸⁸

لقد عملت وسائل الإعلام على إنفاس الحدود الجغرافية ، والزمانية في العالم الواحد ، بفضل الأقمار الصناعية والتلفزيونات وشبكات البث ، والآلات الحاسبة ، والحواسيب تحول العالم إلى مجرد قرية صغيرة، ولقد أطلق هذا المصطلح عام 1964 ، فماكلوهان يعتقد أن البيئة ، أو الضروف المحيطة التي يخلقها الإنسان تصبح وسيلة إلى تحديد دوره فيها ، وإنخراط المطبعة قد خلق التفكير القائم على السطور ، والتتابع المنطقي ، وفصل الفكر عن العمل ، أما الآن فالمشاركة الاجتماعية أكبر من أننا نعيش مرة أخرى في قرية ، فماكلوهان يقول: "أنا اسمع، أنا أرى، أنا موجود في قرية...".¹⁸⁹

ويمكن القول بأن هذا التطور التكنولوجي هو نتاج تفاعل ثلاث مجالات هي:

1. مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية.

2. مجال السمعيات والبصريات.

3. مجال المعلوماتية.

¹⁸⁸ مؤيد عبد الجبار، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، مصر: الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، 2002، ص54.

¹⁸⁹ بوعلي نصیر، الإعلام والقيم، الجزائر: دار المدى، 2005، ص47.

وبدخول الإتصال في رحم التكنولوجيا، والتطورات المائلة ، أصبح لا يتماشى والنظرة التقليدية إليه ك مجرد عملية تكون بين أطراف معينة، إنما أصبح بشكل آخر في ظل العالمية، واللامحدودية في بث المحتوى الإعلامي ، وبذلك فإعادة النظر فيه ضرورة حتمية، فقد أصبح من الصعب التسليم بالتعريف البسيط الذي ينظر للإعلام ، أو الاتصال الجماهيري على أنه مجرد نقل ، وتوصيل رسائل نمطية إلى جاهير غير متجانسة .

وفي هذا الصدد يطرح السيد "أحمد مصطفى عمر" تعريفاً جديداً للإعلام في عصر العولمة، فيقول أن إعلام العولمة هو سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، وإنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية ترسمها شبكات إتصالية معلوماتية، على أساس سياسية ، وإقتصادية، وثقافية ، وفكرية، لتقيم عالماً من دون دولة، ومن دولة...، وهو عالم المؤسسات تتمرّكز ، وتعمل تحت إمرة منظمات خاصة ، وشركات متعددة الجنسيات، يتسم مضمونه بالعالمية ، والتوحد على رغم تنوع رسائله التي تبث عبر وسائل تتحاطى الزمان، والمكان.¹⁹⁰

ويمكن القول أن الإعلام في عصر العولمة قد إتخذ عدة أبعاد، وإتسم بمجموعة من الميزات ، مثل زيادة عمليات التدفق الإعلامي عبر الحدود الوطنية للدول، وهو تدفق تقف خلفه شركات ، وشبكات إعلامية عملاقة قادرة على الوصول بالبث إلى أية منظمة في العالم، كما أن الثورة المائلة التي تحققت في مجالات الإتصال ، والمعلومات تعتبر من المظاهر الرئيسية للعولمة ، خصوصاً وأنها تلقى بتأثيراتها على العديد من الحالات الأخرى، وتكتفي الإشارة هنا إلى الإمكانيات التي تتيحها شبكة الأنترنت بشأن إجراء الاتصالات ، وتبادل المعلومات ، وإبرام المحادثات حول العالم، وهو ما حذا بالبعض إلى وصف المجتمع في الوقت الراهن بأنه مجتمع المعلومات.¹⁹¹

ينطلق أصحاب أطروحة المجتمع الإعلامي ، أو مجتمع المعلومات من فكرة مؤداها أنه في ظل طفرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بفروعها الثلاث . إتصالات، معلوماتية، ميدان سمعي بصري . ستنتقل المجتمعات والإقصادات من الإنتاج العادي المحسن ، إلى إنتاج ، وتسخير، وهضم المعلومات، ويستدللون لدعم هذا الطرح بما تتيحه التكنولوجيا ، ولاسيما ترابط شبكاتها من إمتيازات كبرى ، كالعمل عن بعد، والتعلم عن بعد... إلخ. و الحال أن غالبيتها قد تحاوزت قدرات الطلب ، وأصبح هذا الأخير يتكيف مع العرض عوض أن يكون العكس ، والمقصود هو أن هذه الطفرة التكنولوجية ، قد أغرت السوق بسلع ،

¹⁹⁰ عيساني رحيمة، مرجع سبق ذكره، ص 169-170.

¹⁹¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مصر: دار الفجر، 5، 2003، ص 1757.

وخدمات لم يسبق لها مثيل ، حجماً وتنوعاً في التاريخ: تعدد الشبكات الاتصالية، إنفجار عدد التقنيات التلفزية بالكابل ، وبالسوائل، والعدد الهائل من البنوك، والقواعد المعلوماتية...، وهو ما جعل . تقنياً على الأقل . مجتمعات الدول المتقدمة عبارة عن مجتمعات يتم التعامل داخلها بالرموز، والبيانات والصور ، باعتبارها المحدد الجديد للنشاط الاقتصادي ، والمالي، والاتصالي، وإلى حد ما التواصل الاجتماعي ، والثقافي.¹⁹²

ومن كل هذا نستخلص أن الإعلام في عصر العولمة مختلف عن الإعلام الذي تحدث عنه مدرسة فرانكفورت في بدايات القرن 20، والذي تحدث عنه نظريات الاتصال الكلاسيكية مثل نموذج القذيفة السحرية، ونموذج الاعتماد على وسائل الإعلام.

الفرع الأول: خصائص الإعلام في عصر العولمة وتكنولوجيا الاتصال:

إن الإعلام في عصر التكنولوجيا لم يعد مجرد عمل نقل ، وتصميم ، إنما يتميز بعده خصائص صبغتها به العولمة، وتكنولوجيات وسائل الإعلام ، وتمثل هذه الخصائص في:¹⁹³

1. التفاعلية: وتطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيراً في الأدوار،

ويستطيعون تبادلها ، ويطلق على مارستهم ، الممارسة المتبادلة ، أو التفاعلية، ويطلق على القائمين بالإتصال ، لفظ مشاركين ، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في هذه العملية الاتصالية مثل الممارسة الثانية ، التبادل، التحكم، ومثال ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة.

2. اللامجاهيرية: وتعني أن الرسالة الاتصالية يمكن أن توجه إلى فرد واحد، أو إلى جماعة معينة،

وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي ، كما تعني أيضاً درجة التحكم في نظام الإتصال.

3. اللاتزامية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل ، واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم ، ولا

تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، كما هو الحال في البريد الإلكتروني.

¹⁹² يحيى البحياوي، مرجع سابق، ص 26.

¹⁹³ ركي حسين الوردي، جميل لازم المالكي، المجتمع والمعلومات، عمان: دار الرواق للنشر، ط 2006، 1، ص 230.

4. قابلية التحرك أو الحركة: هناك وسائل إتصالية كثيرة يمكن استخدامها في الإتصال من أي مكان إلى آخر كما هو الحال في التلفون النقال، تلفون السيارة أو الطائرة، وجهاز الفيديو الذي يوضع في الجيب، وجهاز فاكسミيل يوضع في السيارة، وحاسوب آلي نقال مزود بطاقة.

5. قابلية التحويل: وتمثل بقدرة وسائل الإعلام على نقل المعلومات من وسيط لآخر ، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة ، والعكس، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية، ظهرت مقدماته في نظام ميتيل الفرنسي.

6. قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الإتصالية بتنوعية كبيرة مهما كانت الشركة الصانعة لها ، أو البلد الذي أنتجت فيه.

7. الشيوع أو الإنتشار: ويعني الإنتشار المنهجي لنظام وسائل الإتصال حول العالم ، وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف، ثم تتحول بعد ذلك إلى ضرورة.

8. التدويل و الكونية: أصبحت البيئة الأساسية لتقنية المعلومات بيئه عالمية دولية ، من خلال تبادل المعلومات ، ونقلها ، والحصول عليها إلكترونيا عبر الحدود الدولية في أي مكان في العالم.

ومن اهم السمات المميزة للعولمة الاعلامية اخيار السيادة الاعلامية للدول ، في ظل تراجع السيادة الوطنية القومية ، وكذا في ظل انتشار فكرة السماء المفتوحة، وذريع استخدام انظمة البث الفضائي.¹⁹⁴

ومن المفاهيم الجديدة التي دخلت ميدان الاتصال ما يسمى بالهيمنة الإعلامية، وهي العملية التي تخضع بموجبها نظام الاتصال لدولة معينة ، أو لمجموعة من الدول، وذلك من حيث ملكية وسائل الإعلام، وتوزيع الوسائل الإعلامية، ومضمونها لنفوذ وضغط المصالح الاتصالية لدولة، بدون أن يكون أي تأثير في الإتجاه المعاكسي من الدولة الخاضعة.

الفرع الثاني: أهداف الإعلام في عصر العولمة:

¹⁹⁴ محمود منصور، العولمة؛ دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد، ص 135.

إن الأهداف التي يسعى إليها إعلام العولمة كثيرة ومتعددة، ولعل أهمها نشر ثقافة جديدة، تجعل مسألة قبول الأفكار السياسية والإقتصادية للعولمة مسألة مقبولة وممكنة ، وهذا يتحقق إذا عمل الإعلام على تغيير يعتقد بأنه يشكل عوارض ، وحواجز مانعة لتحقيق الأهداف التالية:

1. فك إرادة الشعوب المسيطر عليها من خلال التخلص من الأفكار التي تقيد حريتها ، وإبعاد

كل القيود الإجتماعية، والسياسية، والفكرية، والثقافية التي تعيق تقبلاً للثقافة الجديدة، وفي

ذلك يقول "هيربرت شيلر" أن السيطرة على الشعوب أو على البشر ، والمجتمعات تتطلب في

الوقت الحاضر ، وقبل كل شيء الاستخدام الموجه للإعلام.

2. تكيف الناس على معايشة الأنماط المغربية للثقافة الجديدة، و ذلك من خلال السيطرة على

أهم المعلومات ، وتوظيفها وفقاً لما يتفق ومقومات هذه الشعوب، وإلا سيلحق الضرار

بالصحة العقلية للإنسان فيصبح أسيراً لعاداته.

3. محاولة قولبة الحياة الإجتماعية للشعوب على نمط الحياة الغربية، وحثها على المشاركة فيها على

نحو نشط، و هذا من خلال زرع بعض المفاهيم كالاختيار الشخصي ، والنزعة الفردية،

وتعييب الصراع الإجتماعي لدى الشعوب.

4. إبراز مظاهر الثقافة الجديدة مما يشجع الإنتماء إليها باعتبارها أسلوب جديد للحياة العصرية

من مأكولات، ملبوسات، التمتع، والترفيه... إلخ.¹⁹⁵

إلا أنه يبرز في الإطار تياران رئيسيان يعكسان الرؤية الفلسفية، والتوجه الإيديولوجي تجاه موقع، وأدوار ، ووظائف الإعلام، وتتفاوت رؤاهم بين التركيز على الجوانب التكنولوجية، ومداخل الليبرالية الجديدة ، وهم من دول الشمال المتقدم ، من بينهم: هارفي، فوكوياما، انطوني جيدنز، ويركزون على الآثار الهائلة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية في الإتصال، مما أسهم في ظهور الإعلام المعلوم الذي ساعد على تكثيف الزمان، والمكان، وال العلاقات الإجتماعية، والثقافية، مما ترتب عليه القفز فوق الحدود، وتحجيم كل ما هو محلي، وتوسيع نطاقه الجغرافي، بل ، وإضفاء صفة العالمية عليه، إعتماداً على ما تبته وسائل الإعلام من صور ، ورموز فضلاً عن توسيع فرص الاستفادة من التكنولوجيا لقطاعات ضخمة من جمهور المتلقين.

¹⁹⁵ مجلة المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، جوان 2000، عدد 256، ص 79.

أما التيار الثاني ويضم هربرت شيلر، تشومسكي، وماتليارت، و بعض علماء الاتصال من دول الجنوب أمثال حميد مولانا، ومحمد طهرانيان، ويعرفون عولمة الإعلام بأنها تتوجّل للاحتكار الرأسمالي ممثلاً في التكتلات الإعلامية الكونية التي تعتمد عليها الشركات المتعددة الجنسيات، والمؤسسات المالية الدولية... إلخ في خلق ثقافة كونية ذات طابع إستهلاكي تستهدف تهميش ، وطمس الهويات الثقافية القومية، من خلال آليات عديدة أبرزها وكالات الإعلان الدولية، وبرامج المنوعات، والمسلسلات التلفزيونية.

أما التيار الثالث فهو يؤكد فقط على بروز موقع ، وأدوار جديدة للإعلام في ظل التحول الراهن للنظام الرأسمالي، حيث حدث الإنداج ، والتكامل من خلال الثلاثي التكنولوجي: الأقمار الصناعية، شبكات المعلومات الدولية، الاتصالات السلكية واللاسلكية.¹⁹⁶

وبهذا تحول الإعلام إلى صناعة تقوم عليها سيادة الدول، خاصة وأن تأثير وسائل الإعلام ، والتكنولوجيا أصبح ظاهرة خطيرة ، وبارزة لاشك أنها طالت من خلال الهويات القومية ، ولعبت دورها الفعال في تغيير المجتمعات على اختلافها كما وكيفاً، مخترقـة كل الحواجز ، والأسوار . إن الإعلام الحالي بمفهومه الجديد "إعلام العولمة"؛ يعمل على تعزيز السيطرة الثقافية ، والتي أشار إليها أحمد حجازي، وهو يتحدث عن بلوحة ثقافة عالمية تتسم بسمات خاصة تستفيد منها الفئات المسيطرة على العمليات الاقتصادية ، والسياسية، والإعلامية، حيث تتحكم التقنية ، والإنتاج الإعلامي، والعملي، وعلى المستوى العالمي، ولاشك أن ذلك من شأنه تشكيل نمط محدد من الوعي الثقافي ، وفرض نماذج وفلسفات غربية ، من خلال إنتاج ، وتوزيع ، وإستهلاك المواد الإعلانية و الإتصالية، لقد لعبت الشركات المتعددة الجنسيات أو العابرة للقارات كما يسمى البعض، والمسيطرة على أدوات التقنية الحديثة دوراً بارزاً في تغيير إتجاهات الأفراد، ويكون التأثير الأكبر على الفئات الشعبية في المجتمعات التي

تنغلغل فيها الثقافات الغربية الموجهة.¹⁹⁷

إن الوظائف الأساسية التقليدية للإعلام والإتصال أصبحت لا تتماشى والخصائص الجديدة للإعلام في عصر التكنولوجيا، بينما كانت هناك مصطلحات متعارف عليها في مجال الاتصال مثل: الرسالة، المستقبل، رجع الصدى، وسائل الإعلام الجماهيرية، دخلت

¹⁹⁶ عاطف عبد الرحمن، الإعلام والعولمة البديلة، القاهرة : العربي للنشر، ط1، 2008، ص23.

¹⁹⁷ تيسير أبو عرفة، الإعلام والثقافة العربية، الأردن : دار مجلداوي، ط1، 2003، ص114.

مصطلحات جديدة إلى الإتصال غيرت من المفاهيم الكلاسيكية القديمة، وإن صح التعبير المفاهيم التقليدية، ومن ذلك تبني المفاهيم الآتية في مفهوم الإتصال:

1. الإتصال المزدوج والإتصال الثنائي، وأهمية قنوات الرجع من المتلقى إلى القائم بالإتصال.
2. التفاعلية، ومشاركة المتلقى ، والتفسير إلى الإحساس بالتمكن من الوسيلة ، والمحتوى من خلال المشاركة و صور التحكم في بناء المحتوى وإختياره.
3. حرية المتلقى في الإختيار من خلال تعدد البديل في المحتوى ، والتقديم ، والعرض ...
4. و أشكال جديدة من وسائل الاتصال ، وهي ما يطلق عليها بالوسائل الجديدة ، أو الوسائل التفاعلية.

وبذلك ساعدت التكنولوجيا الرقمية للوسيلة الإعلامية على أن يتم بناء الرسالة الإتصالية، وتوصيلها في إطار نسق واحد من الرموز الرقمية digital لا يجعلنا نحتاج إلى تعدد الأدوات، والأجهزة الخاصة ذات الموصفات المتباينة، بل كل الخدمات التي نريدها بجدها في جهاز واحد.

الفرع الثالث: أساليب الإعلام في عصر العولمة:

تكمّن أهم أساليب الإعلام في عصر العولمة فيما يلي¹⁹⁸:

- تحول إنتاج المعلومات إلى صناعة تنتج سلع تخضع لها السلع الأخرى من عرض وطلب، أي وجود تدفق يسمح بحرية إنقال المعلومات من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- حرية الإختيار والإنتقاء وفق حاجيات ومتطلبات الفرد ، وهي الفكرة الأساسية التي يسعى إعلام العولمة إلى تحقيقها.
- البث السريع، والمتواصل للرسائل الإعلامية على مدار الساعة ، وبالتكرار المتصل الذي يستجيب لفروق التوقيت بين شرق ووسط وغرب الكرة الأرضية، وعلى الرغم من إيجابيات هذا البث المتكرر في تمكين الناس من الإلمام بالأحداث لحظة وقوعها إلا أن لذلك سلبياته، حيث التبسيط في عرض الرسائل والسطحية في معالجتها بالموضوعية المطلوبة.

¹⁹⁸ محمد عبد الحميد، الإتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، القاهرة : عالم الكتب ، ط 1، 2007، ص 5.

■ تقطيع الأخبار المنشورة على الصحف، والمقالات المنشورة على المجلات لتقليل الصفحات الممتلئة بالإعلانات، أو تجزئة الرسائل الإعلامية، وذلك في الواقع هو قطع للسياق النفسي ، والإجتماعي للمشاهد ، أو المستمع أو القارئ عند إنتقاله من سياق آلي إلى آخر، أو من حالة إلى أخرى، ولما كان السياق الأول جاد¹⁹⁹ا متوفراً يحتاج إلى تبنيه ذهني ، وحضور عقلي ، فإن السياق الثاني ترفيه إغرائي يبعث على الإسترخاء ، ويشير الغرائز، وبذلك تتم عملية التأثير عن طريق الإدخال غير المحسوس.

¹⁹⁹السيد أحمد مصطفى عمر، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مجلة المستقبل العربي، عدد 256، 2000، ص 83.

الفصل الثاني

التلفزيون و المشاركة السياسية

المبحث الأول: التلفزيون

■ المطلب الأول: ماهية التلفزيون

■ المطلب الثاني: التلفزيون الجزائري

المبحث الثاني: المشاركة السياسية

■ المطلب الأول: ماهية المشاركة السياسية

- الفرع الأول: صور وأنواع المشاركة السياسية

- الفرع الثاني: أساليب ومستويات المشاركة السياسية

- الفرع الثالث: خصائص المشاركة السياسية

- الفرع الرابع: مراحل المشاركة السياسية

- الفرع الخامس: درجات المشاركة السياسية

- الفرع السادس: محددات المشاركة السياسية

- الفرع السابع: دوافع المشاركة السياسية

- الفرع الثامن: متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة

- الفرع التاسع: العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية

- الفرع العاشر: أطر المشاركة السياسية

- الفرع الحادي عشر: أنشطة ووظائف المشاركة السياسية

- الفرع الثاني عشر: الآثار الإيجابية للمشاركة السياسية على الأفراد

■ المطلب الثاني: المشاركة السياسية والتنمية

■ المطلب الثالث: المشاركة السياسية في الإسلام

- المطلب الرابع: دور الشباب في المشاركة السياسية
- المطلب الخامس: المشاركة السياسية والتنمية
- المطلب السادس: المشاركة الانتخابية (الانتخاب)
- المطلب السابع: واقع المشاركة السياسية
- أدوار الإعلام في مجال دعم المشاركة السياسية

الإعلام التلفزيوني أو كما يسميه الكثير بالإعلام المرئي يعد حسب بعض المهتمين بالإعلام والسياسة وسيلة مهمة وفعالة في مجال السياسة عموماً، ونقل الرسائل السياسية، وتفعيل العلاقة بين الفرد والجهاز السياسي بمحن مختلف فروعه، وباعتبار المشاركة السياسية جزء، وصورة من صور تنظيم العملية

السياسية، فلا يمكن تغييب أو إهمال الدور الذي يلعبه الإعلام بجميع أنواعه في هذه العملية، والإعلام المائي(التلفزيوني) في تحفيز ودفع الفرد إلى المشاركة السياسية، هذا الأخير الذي هو نوع أثبت تأثيره الكبير والواسع على الأفراد بغض النظر عن ميولاتهم أو مستويات تفكيرهم، وتوجهاتهم، وفي هذا الفصل سنقوم قياس الأثر الذي أحدثه ولازال يحدثه الإعلام المائي حسب الكثير من الدارسين.

و الإعلام التلفزيوني هو نقل و إطلاق المعلومات والأخبار والآراء والحقائق إلى الجمهور عبر وسيلة إعلام سمعية مائية وهي التلفزيون.

ولكي نتحدث عن الإعلام المائي لابد من الذهاب مباشرة إلى التلفزيون ذلك أن هذا المفهوم ظهر بظهور هذه الوسيلة.

المبحث الأول: التلفزيون

المطلب الأول: مفهوم التلفزيون:

يمثل التلفزيون النقلة النوعية المتميزة التي ظهرت كوسيلة اتصالية جديدة في منتصف الثلاثينيات من القرن الماضي ، حيث استطاع أن يحتل المرتبة الأولى بين الوسائل التي كانت سائدة حينها (الجريدة * الراديو)، وذلك بالنظر إلى تقنياته وسرعة انتشاره وقوة تأثيره من .

ونستطيع القول أنه من أحدث وسائل الاتصال الجماهيرية في العالم ، وهو وسيلة إعلامية جاءت لنقل الكلمة المذاعة مصحوبة بالصورة المتحركة، لتصل إلى الناس في منازلهم ومدارسهم ومراكز ²⁰⁰ أعمالهم.

وبتجدر الإشارة إلى أن استخدام جهاز التلفزيون وتقنيات البث التلفزيوني قد كان نتيجة لتضافر عدة أبحاث وجهود، وضلت الأبحاث في المجال التقني متواصلة لذلل الصعوبات التي تعترض تطور التلفزيون ولتوفر إمكانية الإرسال والإستقبال التلفزيوني بجودة وكفاءة عالية.

وقد كان أول إرسال تلفزيوني عام 1936 من هيئة الإذاعة البريطانية، وفي سنة 1939 بدأ البث التلفزيوني المنظم حيث تمكنت كل من بريطانيا وألمانيا من تغطية أربعة ساعات يومية.

إلا أن نشوء الحرب العالمية الثانية قد حال دون انتشار البث التلفزيوني عدا أمريكا التي ضلت بعيدة عن الحرب. ففي 1940 قامت الولايات المتحدة بإرسال أول بث تلفزيوني الحدود الوطنية وذلك إلى كندا

²⁰⁰ يوسف محى الدين أبو هلاله، الإعلام (نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه)، الأردن، عمان، مكتبة الرسالة الحديثة، ط 1987، ص 1

والمكسيك ، كما استمرت الولايات المتحدة في إنتاج أجهزة التلفزيون وتطوير موطنه من ذلك الحين نظراً لإمكاناتها الاقتصادية والتكنولوجية²⁰¹.

أما في الدول الأوروبية فقد كان التطور التلفزيوني بطريقاً بسبب الحرب – كما ذكرنا سابقاً وحتى العام 1948 لم تعرف تلك الدول سوى 3 محطات تلفزيونية في الاتحاد السوفيتي وإنجلترا وفرنسا إلا أنه في بعد بدأ عدد المحطات في التزايد ليصل سنة 1985 إلى 120 محطة²⁰².

أما في الدول العربية فقد عرفت هي أيضاً انتشاراً واسعاً لأجهزة التلفزيون حيث بينت إحصائيات اليونسكو عام 1981 أن متوسط امتلاك أجهزة التلفزيون يتراوح بين 40 و56 جهازاً لكل 1000 مواطن وهي نسبة كبيرة بالمقارنة مع الحد الأدنى الذي وضعه اليونسكو والمقدر بـ 20 جهازاً لكل 1000 مواطن²⁰³.

وبذلك يكون التلفزيون قد عرف انتشاراً واسعاً وسرعاً في العالم لم تشاركه وسيلة إعلامية أخرى، وتشير إحدى الدراسات إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية احتاجت إلى 10 سنوات فقط من أجل أن يغطي البث التلفزيوني 80% من البيوت الأمريكية في حين احتاج الهاتف إلى 80 سنة من أجل الوصول إلى النسبة نفسها²⁰⁴.

وقد ساعد في ذلك سعة إرساله التي تسمح بنقل أماكن يصعب الوصول إليها، خاصة بعد ظهور الأقمار الصناعية واستخدامها في البث التلفزيوني فيما بعد، إضافة إلى أن التلفزيون يتميز بسهولة تواجده في المساكن وهذا ما امتاز به عن السينما، ويرى كل من Franch Cormerais و Alain Milon أن التلفزيون ليس فضاءاً "نذهب إليه وإنما شاشة متواجدة في كل محيط نعيش فيه"²⁰⁵.

ويتجدر الإشارة إلى أن إنتشار التلفزيون بهذا الشكل وتفوقه على الوسائل الأخرى لا يرجع إلى سهولة امتلاكه فقط سعة إرساله، وإنما يعود أيضاً إلى الاهتمام أي يؤديه الأفراد بهذه الوسيلة حيث حقق

²⁰¹ سمية تيو، الطلبة الجزائريون والبرامج التنموية في الفضائيات العربية . صناع الحياة نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، إشراف فضيل دليو، جامعة قسنطينة ، الجزائر، 2006-2007، ص 67.

²⁰² المرجع نفسه، ص 68.

²⁰³ المرجع نفسه.

²⁰⁴ المرجع نفسه.

²⁰⁵ المرجع السابق.

معدلات عالية من الإقبال والمتابعة ، وهذا بالنظر إلى خصائصه التي يتميز بها والتي أتاحتها تقنيات مختلفة منه، ويمكن حصر هذه الخصائص فيما يلي :

- يتميز التلفزيون بجمعه بين الكلمة والصوت والصورة، وهذا ما يجعله يتفوق على وسائل الاتصال الأخرى، حيث جمع بين دعامتها في آن واحد مع انفراده بتصوير المشاهد بصورة حية .

والصورة التلفزيونية تمتاز بتأثيرها القوي على المشاهد، ويرى الكاتب "جيри ماندر" أن "التلفزيون" أهم مصدر للصورة في العالم اليوم، فإذا كان الناس يستوعبون الصورة التلفزيونية بنسبة أربع ساعات يومياً، فمن الواضح أنه مهما كانت الصورة التي يحملها الناس في أفكارهم ، فإن التلفزيون الآن هو مصدرها²⁰⁶.

الفرع الأول: نشأة التلفزيون وتطوره:

يعود الفضل في اختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني "جون بيرد"، حيث استطاع إخراجه من حيز نظريات العلماء إلى التجربة الحية، ففي عام 1924 استطاع هذا العالم نقل صورة باهتة لصلب صغير عن طريق أجهزته التجريبية على شاشة معلقة على الحائط وبعدها كرس جهده من أجل تطوير هذه التجربة.²⁰⁷

و في 30 سبتمبر عام 1929 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من استوديوهات (بيرد) وأذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس الاستوديوهات في 14 يوليو 1930 و بعد تجارب و اختراعات متعددة تم تطوير الكاميرا التلفزيون و تحسينها لتستطيع نقل المناظر و المشاهد بأكملها و كاميرا التلفزيون تقوم بتحويل الطاقة الضوئية الموجودة في المكان الذي يجري فيه التصوير إلى إشارات كهربية يجري إرسالها على شكل موجات لاسلكية متناهية القصر عن طريق جهاز الإرسال و جهاز الاستقبال التلفزيوني يقوم بتحويل هذه الموجات إلى تيارات كهربية تأثيرية يتم عن طريقها استعادة الصور المرسلة و في سنة 1931 استطاع "جون بيرد" أن ينقل لأول مرة في التلفزيون سباق الدربي في انجلترا مما ساعد على انتشار أجهزة التلفزيون و كان أول إرسال تلفزيوني منتظم هو إرسال هيئة الإذاعة البريطانية في 2 نوفمبر عام 1936 و في مايو 1937 تم نقل أول إذاعة تلفزيونية خارجية لغطية حفل تتويج الملك جورج السادس و استمر البث التلفزيوني المنتظم إلى أن توقف في سبتمبر 1939 بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية باعتباره الكماليات كما أنهم خشوا أن يستفيد الألمان من الإشعاعات

²⁰⁶ المرجع نفسه.

²⁰⁷ يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص 79.

الصادرة عنه في تحديد الأهداف و في يوليو عام 1946 أعيد إرسال التلفزيون في بريطانيا و في الولايات المتحدة قامت شركة R.C.A الأمريكية في سنة 1930 بأول تجربة عملية للإرسال و الاستقبال التلفزيوني في مدينة نيويورك و في سنة 1937 تمكن العالم الأمريكي "زاروكيين" من اختراع صمام الأوريثيون الإلكتروني الذين أمكن بواسطته إلتقاط الصور التلفزيونية الواضحة و في عام 1939 نقلت أول مباراة للبسوبول للجمهور الأمريكي بوضوح تام ، و قد نقلتها شركة THE NBC Colombia CBS National Broedcasting Company و يرجع الفضل لهاتين الشبكتين في تطوير و دعم الإرسال التلفزيوني منذ أواخر عام 1930 و في الاتحاد السوفيتي السابق بدأت تجارب الإرسال التلفزيوني في الفترة من نهاية العشرينات إلى أوائل الثلاثينات ، وفي منتصف الثلاثينيات بدأ أول بث تلفزيوني روسي من موسكو العاصمة و لننجراد (سان بطرسبرج الآن) و ما أن جاء عام 1984 حتى أصبح لدى الإتحاد السوفيتي السابق عدد من أقوى القنوات التلفزيونية التي بلغت 116 محطة بـ ث تنطلق لـ 45 من لغات شعوب الإتحاد السابق ، و في فرنسا كان أول إرسال تلفزيوني عام 1931 وفي عام 1935 بدأت عمليات نقل منتظم للبرامج التلفزيونية وقبل نشوء الحرب العالمية الثانية كان الإرسال التلفزيوني الفرنسي يغطي خمسة عشر ساعة أسبوعياً لكنها كانت الأسبق في استئناف التلفزيوني بعد الحرب و كان ذلك في نهاية عام 1945 أما ألمانيا فقد كانت لها تجاربها مع التلفزيون أيضاً و في مارس عام 1935 تم افتتاح مركز للعرض العام وفي أغسطس من نفس العام تم تغطية احتفالات دورة الألعاب الأولمبية في برلين ولم يكن الإرسال منتظماً حتى نشوء الحرب العالمية الثانية ثم توقف الإرسال التلفزيوني و لم يستطع "هتلر و جوبرلز" استغلال التلفزيون للدعائية الألمانية النازية و للزعيم النازي هتلر و إن كان من المحتمل أن يخسر شعبيته كثيراً و ربما فقدتها تماماً إذا ظهر على شاشة التلفزيون كما سبق لنا أن ذكرنا مثلما هو الحال مع العديد من الشخصيات التي كونت شعبيتها على شاشة التلفزيون .²⁰⁸

أما اليابان فهي الدولة الوحيدة خارج أوروبا و أمريكا التي كان لها جهودها وتجاربها التلفزيونية بدءاً من منتصف الثلاثينيات و مع نشوء الحرب العالمية الثانية توقفت التجارب تماماً لكنها استأنفت تجاربها التلفزيونية و الحقيقة أنه بحلول عام 1948 لم يكن في العالم سوى أربعة بلاد فقط تعرف بالث التلفزيوني وهي الإتحاد السوفيتي .

²⁰⁸ شدوان علي شيبة، مذكرة في تاريخ الإعلام ، القاهرة ، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 88.

أما الدول العربية فقد تسبقت إلى إدخال الخدمة التلفزيونية في أراضيها على فترات مختلفة فالملكة المغربية بدأ الإرسال التلفزيوني بها عام 1954.

و في الجزائر عام 1956 و في لبنان عام 1959 و في سوريا عام 1960 و في نفس اليوم الذي بدأ فيه التلفزيون المصري حيث كانت الوحدة بين مصر و سوريا قائمة (الجمهورية العربية المتحدة) وتم تنفيذ مشروع إدخال الخدمة التلفزيونية في البلدين في وقت واحد وأدخلت الكويت الخدمة التلفزيونية عام 1961 و تونس عام 1966 و الملكة الأردنية المهاشمية عام 1968 و الجماهيرية الليبية عام 1968 أيضا و دولة الإمارات العربية 1969 في أبو ظبي 1974 رأس الخيمة 1976 الشارقة 1970 وفي قطر 1973 والبحرين 1975 واليمن 1989 .

و قد بُرِزَ التلفزيون إلى الوجود كمحصلة لجهود عدد من العلماء البريطانيين ، والأمريكيين والألمان والإيطاليين وغيرهم ، غير أن البعض يرجع تاريخ التلفزيون إلى عام 1939 ، فيما لاحظ العالم الفيزيائي "إدموند بيكرورد" Alexandre Edmond Beequerd « الخصائص الإلكتروكيميائية للصور.

وأُرِخَ للتلُّفِيُّزِيونِ ابتداءً من عام 1884 حينما أخترع عالم ألماني يدعى "بول نيبيكو Poul Nipkou" ²¹⁰ جهاز استقبال ميكانيكي(قرصاً ميكانيكياً دوراً) بفتحات صغيرة منظمة في شكل حلزوني عندما يتم تسلیط الضوء عليها يتسرّب الضوء عبر الفتحات ليعطي إحساساً سريعاً بحركة الصور المسجلة على هذا القرص، وبعد ذلك يتم تحويل الضوء إلى طاقة كهربائية يتم بثها عبر أسلاك لجهاز استقبال.

وما لا شك فيه أن أولى التجارب التلفزيونية ظهرت في عشرينيات القرن الماضي، بعد سلسلة من التطورات العلمية في مجالات، كالكهرباء ، و التصوير الضوئي ، و الاتصالات السلكية ، و اللاسلكية فكل هذه التطورات سبقت اختراع التلفزيون ومهدت لنشأته.

²⁰⁹ للمزيد ارجع إلى: يوسف مرزوق، مرجع سبق ذكره، ص 79.

²¹⁰ طارق سيد أحمد الخليفي ، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، (دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005)، ص 30، عن: راضية قراد: اللغة الإعلامية في البرامج التلفزيونية. صباح الخير نموذجاً، إشراف حسين خريف، دراسة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة قسطنطينة، الجزائر، 2007 / 2008

²¹¹ حسني محمد نصر، الاتصال الجماهيري (المداخل والوسائل)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط 2001، 1، ص 165.

²¹² خليل صابات، وسائل الإعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية، 1985، ص 227، نقلًا عن راضية قراد، مرجع سابق.

ويشير البعض إلى أن التلفزيون استفاد من وسائل الإعلام السابقة له خاصة السينما والراديو، هذا ما جعله لم يستغرق وقتا طويلا في الظهور كما حدث مع السينما والراديو، فقد كانت الأرضية التي يبني عليها مهيئة له بمساهمة هاتين الوسيطتين، حيث وضعت السينما الأسس النظرية والعلمية لتصوير الأشياء المتحركة ، ونقل الواقع وعرضه على انه حقيقة، كما وضع الراديو أسس نقل الإشارات الصوتية، وبالتالي المائية عبر الموجات المائية.

وأول تجربة لإرسال صورة ثابتة بالأسود والأبيض كانت في منتصف القرن التاسع عشر ، والذي كان الأساس في تكين المخترع الألماني " ديكورت Deykort " من اختراع جهاز الفتograf ثم الإنجاز الذي قام به " جون بيرد " سنة 1924 ، وفي عام 1927 بدأت إهتمامات العلماء بتحويل البث من الأسود والأبيض إلى الملون، كما بدأت التجارب على عمليات نقل الصور سلكيا ، وكان النجاح حليفهم عندما تمكنا من إرسال صورة تلفزيونية عبر دائرة مغلقة بين واشنطن ونيويورك.

وقد استطاع العالم الروسي " فلادimir زوركين " إختراع جهاز الإيكونوسكوب أي عين كاميرا التلفزيون الإلكترونية ، ثم تم التطوير على يد العالم الأمريكي " فارنزورث Philo Farnsworth " الذي قام بتصميم جهاز تلفزيوني عالي الوضوح.²¹³ وفي العام التالي بدأت شركة جنرال إلكتريك بشهر التلفزيوني التجريبي ثم بدأت شركة NBC بها في نيويورك ، وفي تلك السنة نفسها أصبح " فلادimir " على رأس فريق مكون من مجموعة المهندسين في شركة Corporationof RCA الأمريكية يطور إختراعه حتى استطاع أن يقدم جهاز تلفزيون بنظام إلكتروني كامل في المعرض العالمي الذي أقيم في مدينة نيويورك سنة 1939²¹⁴ ، وفي الولايات المتحدة الأمريكية كانت هناك جهود متواصلة لعديد من الشركات مثل NBC و RAC تكون سابقة في البث التلفزيوني حتى استطاعت تسجيل بها على نطاق ضيق وبتجريبي بداية من عام 1940. و ازداد إهتمامها في توسيع قاعدة استخدام القنوات التلفزيونية غير التجارية حتى أصبح عدد هذه القنوات أكثر من ثمانين و كانت في المقدمة محطة الإذاعة القومية NBC ثم تبعتها ABC ، وتواصلت وتيرة التطور التلفزيوني من حيث تقنياته أو من خلال به بشكل واسع في فترة السبعينيات من القرن الماضي حيث أصبح البث التلفزيوني في متناول مساحات شاسعة من العالم ، بعد أن نجح الإنسان بنقل الصورة و الصوت و الألوان بإستعمال

²¹³ طارق سيد أحمد خليفي، مرجع سابق ذكره، ص 31.

²¹⁴ خليل صابات، مرجع سابق، ص 272.

الأقمار الصناعية في منتصف القرن الماضي ومن هنا بدأت مرحلة جديدة في تاريخ التلفزيون وهو عصر البث الفضائي.²¹⁵

ويمكن القول أن البث الفضائي التلفزيوني يمثل أهم ملامح الثورة الاتصالية الجديدة و الذي يمثل التلفزيون والأقمار الصناعية و القنوات الفضائية إحدى أهم أدواتها ، و التي أفرزت أشكالاً جديدة للإتصال الجماهيري في مقدمتها البث التلفزيوني الفضائي و الذي يمكن من إلتقاط القنوات الفضائية من محطات الإرسال و عبر الأقمار الصناعية مباشرة إلى الأجهزة التلفزيونية الفردية دون أي وسيط سوى وجود جهاز الهوائي المقرع وقد حدثت الكثير من التطورات التكنولوجية عام 1945 حتى نهاية القرن العشرين على مستوى الإتصالات الفضائية غير الأقمار الصناعية ، إذ أطلق الاتحاد السوفيتي (سابقا) أول قمر صناعي في العالم يدور حول الأرض، وبهذا ظهرت المنافسة بينها وبين الولايات المتحدة الأمريكية في دائرة السباق العلمي و التكنولوجي ، ومن أبرز مجالات التطبيق التي استخدمت فيها الأقمار الصناعية نقل البث التلفزيوني.²¹⁶

و قد سبب إطلاق عشرون قمراً صناعياً جديداً خاصاً بالبث الفضائي عام 1955 ازدياد قنوات البث التلفزيوني المباشر ، ونتيجة للتطور المستمر في تكنولوجيا البث الفضائي بدأ تشغيل النظام الرقمي (Systeme Numerique) في التلفزيون فظهرت نماذج بجودة عالية عدادها ستيريو و الشاشة بقياس 9/16 بدل من 3/4 حيث ظهر التلفزيون رفيع المستوى شديد الوضوح حسب النموذج الأوروبي HDMAC ، وبذلك استطاعت الشركات العالمية المتنافسة إغراء السوق بالنقل الرقمي و الشاشات المسطحة وباتتكار التلفزيون التفاعلي.²¹⁷

وبهذا أصبح التلفزيون جزءاً فاعلاً في حياة الإنسان اليومية فلم يعد بمقدوره الإستغناء عنه بإعتباره أهم وسائل الإتصال الجماهيري في مجال بث الرسائل حيث يجمع بين مزايا متعددة مثل الصورة و الصوت بإعتبارهما تعدان من أهم العناصر التي تأثر في الجمهور المتلقى ، إضافة إلى عناصر أخرى كالحركة و اللون و بالتالي فإن الحاجة متزايدة لإنماض تلفزيونات أكثر جودة وكفاءة وتلبية رغبات

²¹⁵ عبد الرزاق محمد الدليمي، عولة التلفزيون، عمان: دار حرير للنشر ، ط2005،ص 20.

²¹⁶ نصیر بو علي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب، دراسة ميدانية، الجزائر: دار المدى، 2005،ص 63 - 64. نقل عن: راضية قراد، مرجع سابق الذكر، ص 27.

²¹⁷ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق ذكره، ص 22.

الشاهد هذا من حيث الناحية التقنية للتلفزيون أمل من الناحية الوظيفية فإنه له قدرة كبيرة في التأثير على المتلقى.

الفرع الثاني: مظاهر التطوير فيه:

الأمر المؤكد الذي تحدى الإشارة إليه هنا هو أن التلفزيون لم يعرف تغييرات جذرية منذ نشأته، بإستثناء إستخدام الألوان في منتصف الستينات من القرن الماضي ، إلا أنه في العشرينة الأخيرة من هذا القرن ومطلع القرن الحالي شهد تطورات حديثة أدت إلى ظهور ما يعرف بالتلفزيون عالي التحديد والوضوح (TCHD) وهي تغييرات تدفع تلفزيون مطلع هذا القرن لأن يكون مستطيل الشكل وبصوت ستيريو فوني، وبصورة عالية الوضوح، وبمشاركة أكبر للجمهور في العديد من مراحل إعداد الرسائل الإعلامية²¹⁸ ومن أهم مظاهر التطوير والتغيير في هذه الوسيلة ما يلي:

1- الشكل: فيما يتعلق بشكل الشاشة فإنها تتجه أكثر نحو الإستطالة والإقتراب من شاشة السينما وهذا ما مكن التلفزيون من عرض الأفلام السينمائية 35 ملم دون الحاجة إلى استخدام ذلك الشريط الأسود في أعلىها وأسفلها نظراً لعدم تناسب الصورة السينمائية التي ظلت تنفرد ولمدة طويلة بسمات العرض الجيد والملائمة.

2- الصوت: إدخال الصوت الرقمي المحسّن الأستيريوفوني من نوع HIFI الذي يعتبر بدوره نوع آخر من التطوير لأنّه مهمّا كان نوع جهاز الاستقبال في الوقت الحالي ، فإن الصوت يبقى رديئاً ما عدا النظام الألماني الذي يمنع صوّتاً معدلاً للصوت الإذاعي على أمواج FM لذلك فالباحثون ما أنفّكوا تناول هذا الجانب قصد تحقيق إستماع جيد و مشوق من قبل جمهور الوسيلة.

3- الدبلجة: هناك تغييرات وتطورات يشهدها هذا الجانب فاللحصة أو البرنامج الواحد يمكن أن يرسل بلغات متعددة وكل مشاهد يختار اللغة التي يستمع بها إلى البرنامج وهذا ما تعمّل به حالياً بعض القنوات مثل Euro Sport و Euro News .

4- الإتجاه نحو الشاشة المسطحة: للتقليل من حجم التلفزيون و سماكته تتجه شركات صناعة التلفزيون إلى الإهتمام بهذا المجال ، لأن حجم التلفزيونات الحالية لا تتلاءم و التكنولوجيا المعاصرة من جهة ، وظروف المستقبل من جهة أخرى فالأجهزة الحالية يتراوح وزنها من 25 و 30 كلغ وقد يصل إلى 70 و 110 كلغ في حالة الشاشات العملاقة Ecran Géant و تتجه الأبحاث لإنتاج تلفزيون بشاشة كبيرة قطرها أكثر من 1 م ولكن وزنها لا يتعدي 10 كلغ و سماكتها لا يزيد عن 30 سم.

²¹⁸ محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني ، نشرات الأخبار ، المحتوى و الجمهور، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2007، ص 21.

أما بالنسبة للتلفزيونات العادية فإن الأبحاث تتجه إلى إنتاج تلفزيونات حائطية TV Murales وقد بدأت نماذج منها تظهر في الأسواق.²¹⁹

5- الإخراج التلفزيوني: يشهد أيضاً الإخراج التلفزيوني تغيرات جذرية وقد بدأنا نلاحظ ذلك من خلال طريقة إخراج البرامج الاستعراضية وكذلك الإعلانات وذلك بطريقة تقنية حديثة على مستوى التصوير والتخزين والبث والوصول إلى استخدام الديكور الإفتراضي.²²⁰

6- تنمية مشاركة المشاهد-تلفزيون المشاركة TV Interactive: هذا التغيير سيقلب موازين النظرية التي جاء بها "مارشال ماكلوهان" من حيث تصنيفه لوسائل الإعلام ، إلى وسائل باردة وأخرى ساخنة ، ووضع التلفزيون ضمن الوسائل الباردة التي لا تقتضي ما يسمى بمشاركة المستقبل في صنع الرسائل الإعلامية ، من أمثلة ما ذكرناه سابقاً ما توصلت إليه إحدى الشركات الكندية إذ حولت المشاهد من وضعية الاستقبال السليبي إلى مشارك إذ بإمكانه أن يختار ما يريد مشاهدته مع إمكانية إعادة اللقطات التي يريدها.²²¹

إلى جانب ذلك فإنه وبفضل هذه التغيرات أصبحت أسعار الجهاز (التلفزيون) ومختلف لواحقه تتجه نحو الإنخفاض ، و بالتالي ستكون هذه الوسيلة في متناول الكثير من الشرائح الاجتماعية وبعد أن كان الجهاز في الستينيات تعبيراً عن الراحة و الرفاهية الاجتماعية و خاصة في البلدان النامية وبعد أن كان الهوائي المقرر تعبيراً عن ذلك أيضاً في نهاية الثمانينيات فأن إمتلاك جهاز التلفزيون وملحقاته الجديدة لم يعد معياراً للتصنيف الاجتماعي ، بقدر ما أصبح متاعاً من أمتنة المنزل وهذا ما جعل البحث في تأثيرات هذه الوسيلة من أهم حقول البحث الاجتماعي والإعلامي وذلك لكتافة إنتشارها وتنوع مضمونها.

الفرع الثالث: أهمية التلفزيون:

لقد استطاع التلفزيون خلال السنوات التي رافقت نشأته وتطوره أن يصل إلى جمهور واسع و ييدوا أن أهميته وقيمتها تأتي أساساً من أن الإنسان يحصل على 98% من المعرفة عن طريق حاستي السمع و البصر ومن هذه النسبة يحصل المرأة على 90% تقريراً عن طريق البصر وحده وبينما المرأة 08% عن طريق السمع.

²¹⁹ محمد شطاح: مرجع سابق الذكر، ص 22. نقل عن: راضية قراد، مرجع سابق.

²²⁰ نصر الدين العياضي، الإخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات التلفزيونية العربية، تونس: مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، 2001، ص 36.

²²¹ محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني ، مرجع سابق، ص 24.

لقد أثار التلفزيون العديد من التساؤلات، وما يزال يثير الكثير منها بين المختصين الإعلاميين فالبعض منهم يعتبره وسيلة ترفيه و البعض الآخر ينظر إليه على كونه وسيلة تتمتع بإمكانيات ووظائف تثقيفية و سياسية و تعليمية و تنموية فإن أحسن تخطيط برزاجه يمكن أن يؤدي دورا فعالا و مؤثرا في حياة المجتمع و أسلوب تفكيره ، و يرى بعض خبراء الإتصال أن أثر التلفزيون على الجمهور المتلقى قد تجاوز فاعليته لمساهمته الفعالة في نشر الثقافة و تعميم المعرفة و تبادل المعلومات و الخبرات في ميادين مختلفة كوسيلة سمعية بصرية.²²²

وازدادت أهمية التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية وذلك لعدة عوامل نوضحها كالتالي:

1- التلفزيون سمة من سمات العصر: فأيا كانت آرائنا و إتجاهتنا إتجاه ما يقوم به التلفزيون من وظائف فإن هناك إتفاق على أنه يشكل سمة أساسية من سمات العصر التي يعيشها ، ولا يرجع ذلك إلى توسيع إنتشاره في مناطق مختلفة من العالم بل إلى عمق أثره على حياة الفرد و المجتمع.

2- التلفزيون وتشكيل العادة اليومية:

من الواضح أن الفرد لا يستطيع أن ينعزل عما تبشه وسائل الإعلام و خاصة التلفزيون فهو اليوم مهما كان موقفه لديه الفرصة ليشهد ما يجري من أحداث أول بأول وما يدور في عالمنا من تطورات لهذا إزدادت أهميته كوسيلة سمعية بصرية شيئا فشيئا ليصبح جزءا من نمط حياتنا و عاداتنا اليومية فتكون له إمكانية النجاح ليجذب انتباه جمهور واسع من المتلقين.²²³

3- التعرض للتلفزيون وإشباع رغبات و حاجات إنسانية متنوعة:

حيث تمكن الرسائل الإعلامية من تلبية رغبات كثيرة للجمهور المشاهد بغض النظر عما إذا كانت محتوياته للتترفيه أو التسلية أو التثقيف أو التعليم أو الإعلام ... الخ، ويلاحظ المختصون بأنه يستطيع أن:

1- يثير الرغبة للإستطلاع و الفضول للمعرفة.

2- يبني المهارات الإتصالية بين الأفراد.

3- يدعم المشاركة في النظم الاجتماعية.

4- يعدل و يغير الآراء والإنتمامات إتجاه الواقع و الأحداث المحلية و القومية و الدولية.²²⁴

²²² عبد الرزاق محمد الدليمي ، عولة التلفزيون، مرجع سابق، ص 27.

²²³ عبد الغفار رشاد القصبي، دراسات في الاتصال، القاهرة : مكتبة الهبة للشرق، 1984، ص 25.

²²⁴ Ellis Cachmore, and the was television, routledge, london 1994, p5.

٤- التلفزيون و الحالة المزاجية للمتلقى: يرى "مندلسون" أن قابلية التلفزيون للتعديل وفقاً لمزاج المستمع وإطاره السيكولوجي من أهم مميزاته حيث أن وجود محطات إرسال عديدة يعني وجود مجال واسع أمام المشاهد للاختيار، والانتقاء بحيث يمكنه أن يشاهد ما يوافقه سيكولوجياً ومزاجياً ، ومن ثم فإن التلفزيون يتواافق مع الحالة المزاجية للمتلقى كما أنه يؤثر عليه أيضاً وقد نتج عن التطورات التكنولوجية التي مست التلفزيون ربط البرامج التلفزيونية مع ما يوافق المشاهد وحالته الذهنية و النفسية.²²⁵

إن التطور المذهل للتلفزيون من شأنه أن يزيد من أهميته بين بقية وسائل الإتصال الأخرى من جهة وأن يحدث أثره الفاعل في طبيعة الروابط الاجتماعية و المفاهيم و القيم السائدة و ينمي القدرات الثقافية و المعرفية لدى الأفراد من خلال المساهمة في التنشئة الاجتماعية و التنمية الثقافية و خلق الجو الملائم للتقدم وتلقين العلوم و الآداب و الفنون و التوعية الشاملة للمجتمع من جهة أخرى ولا شك أن لهذه العوامل اتصالاً وثيقاً بدرجة هذا التطور و التأثير .

الفرع الرابع: خصائص التلفزيون :

غداً التلفزيون وفقاً لرأي أغلب الباحثين الإعلاميين ، أهم وسائل الإتصال الجماهيرية في العصر الحديث ، و يتميز بخصائص عديدة يشارك فيها باقي وسائل الإعلام ويفسر دوافعها بجزءاً آخر ، حيث يقدم للمشاهدين المعرف و الأفكار و الخبرات في مشاهد متکاملة تعتمد على الصورة الحية المعبرة المقترنة بالصوت الدال على عمق المشاعر و مغزى الأحداث و الواقع.²²⁶

حيث استطاع أن يحقق إنتشاراً واسعاً في كل أنحاء العالم وما زاد الإقبال عليه أنه وسيلة للقطات المقربة تصلح أكثر للكشف عن الشخصية و ملامحها بإعتباره يجمع بين الصورة و الصوت، و بالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات و الصورة المرئية لتوليد الإنطباعات وإثارة الأفكار عند الناس²²⁷.

ويمكن تحديد خصائص التلفزيون التي تجعله أكثر إنتشاراً و تأثيراً كما يلي:

١- الجمع بين الصوت و الصورة :

يقوم التلفزيون على أساس حاستي السمع و البصر بما يقدمه من صورة و صوت مما يعطيه فرص إضافية للتأثير على المتلقين و السيطرة على حواسهم ، فعن طريقه يمكن تقسيم المعلومات التي يتعرض لها

²²⁵ يوسف مزروق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ص 88.

²²⁶ إبراهيم أبو عرقوب، الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي ، عمان: دار مجلاوي ، 1993، ص 93. نقل عن: راضية قرادي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

²²⁷ آرثرأسايغر، أساليب التحليل الإعلامي ، ترجمة علي شوبل القرني، ص 41. نقل عن: المراجع نفسه.

نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطقية أو المصورة إذا استعملت كل منها على حدٍ ، وبهذا فإن التلفزيون يتميز بفاعليته في التأثير على الآراء و المواقف لقدرته على تكبير الأشياء المتناهية الصغر ، وتقديم التفاصيل الدقيقة عن طريق استخدام اللقطات القريبة و اختيار زوايا التصوير ، هذا من جهة ، أما من جهة أخرى فرى أنه يقدم رسائل إعلامية بأساليب فنية و تقنية تؤثر على عقل المتلقى وخاليه و عواطفه و مشاعره.²²⁸

-2- الحركة :

يعتمد التلفزيون على عنصر الحركة المرافق لعرض الصورة و الصوت وهي خاصية جذب إعلامية تمكنه من تقديم البرامج و الأفلام والأغاني ، وما يرافق ذلك من عناصر الترفيه و التسلية حيث نربط عنصر الحركة بالصورة و الصوت لتحقيق الأثر المرجو من تقديم أي برنامج إعلامي .

-3- انتشاره الواسع وسهولة استخدامه:

في الواقع إن إحتراز التلفزيون كان نصراً للفرد على البعد المكاني ، فمن طرقه أمكن إرسال الصورة و الصوت وإستقبالهما عبر مسافات بعيدة ، وأصبح من السهل مشاهدة كل نواحي الحياة من أخبار و حوادث ومشاهد و مظاهر و دروس تعليمية و ثقافية تعرض داخل المنازل، النوادي ، أو الأماكن العامة.²²⁹

-4- الاستحواذ:

من خصائص التلفزيون أن له قدرة كبيرة على جذب الإنتباه و الإستحواذ على تركيز المتلقى و هي صفة تبرز الطبيعة المادية له ، فهو يسيطر على أهم حاستين للإنسان ألا وهما السمع و البصر لأنَّه يركز على الصورة المتحركة الناطقة و المتغيرة و المخصوصة في إطار صغير محدود ألا وهي شاشته ، وهو لا يكلف المشاهد جهداً كبيراً و لا عناء ، بل يخدمه كيف ماشاء إلى حد كبير ، لهذا يمتاز بقدرته على جذب الإنتباه و شدة التأثير فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية من حيث الصوت ، و مزايا السينما من حيث الصورة و اللون ، و مزايا المسرح من حيث الحركة التي تضفي الحيوية على المشاهد التي يعرضها ، وتفاعل كل هذه المزايا جميعها في الرسالة الإعلامية التي يقدمها التلفزيون بكلماتها و حركاتها و ديكوراتها و مؤثراتها البصرية و الصوتية ، فتقدُّم للجمهور بتجربة مثيرة ومدهشة ومبهرة.²³⁰

-5- مخاطبة جمهور واسع و غير متجلans:

²²⁸ محمد عوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، القاهرة: دار الفكر العربي، 1986، ص109. نقلًا عن المرجع السابق.

²²⁹ محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة ، عمان ، الدار العلمية للنشر والتوزيع ، 2002، ص22.

²³⁰ ماجي الحلوان ، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي ، القاهرة، عالم الكتب، 2002، ص69.

الإلقاء بالجماهير من أهم أهداف وسائل الإتصال الجماهيرية ، غير أن هذه الوسائل تختلف في قدرتها على تحقيق هذا الهدف، ويتميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإتصال بقدرته على الإلقاء بالجمهور المشاهد حيث يكون هذا الجمهور واسع جداً ومتتنوع من حيث المستويات الثقافية التعليمية ، الاقتصادية، والاجتماعية ، بل يمكن القول أن كل فرد سواء كان متعلماً أم أمياً يكون ضمن جمهور التلفزيون ، وهذا الجمهور لا يجتمع في مكان واحد ، بل هو موزع على أماكن مختلفة، فتصل الرسائل الإعلامية التلفزيونية إلى متلقين غير متجانسين وتخطى حاجز الأمية و العمر و الفقر ، وهذا ما يميز التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية.

هذا فيما يخص الخصائص العامة للتلفزيون ويمكن أن ندرج في الأخير أهم المميزات الإعلامية للتلفزيون و التي تصنفها كما يلي:²³¹

١- الفورية:

إن النقل الفوري للأحداث ، و باختصار عنصر الزمن أصبح من المميزات الهامة للتلفزيون حيث يرى "رينيه كيلر" أن التلفزيون يتمتع بميزة الفورية ، أي إمكانية بث حدث ما بشأنا مباشراً فيتلقي المشاهد الكبير من الأحداث السياسية و الاجتماعية كالمؤشرات و الحروب و المغارات و المسابقات الرياضية وغيرها ، من خلال البث الحي المباشر الذي يعني نقل صورة الحدث في لحظة وقوعه ، و يتوقف ذلك على إمكانيات القناة التلفزيونية المادية.

٢- الواقعية:

من أهم خصائص التلفزيون قرينه من الواقع الإتصالي للفرد المتلقى مما يزيده فعالية و أثر في نفوس المتلقين لدرجة إختلاط الرسائل الإعلامية المبثوثة لدى بعض المشاهدين وعدم قدرتهم على التمييز بين الواقع و الخيال ؟ ومعنى ذلك أنه يوجد تفاعل حقيقي بين العالمين، عالم الصورة الخيالي و العالم الحقيقي ، و لهذا نرى أن الرسائل التلفزيونية مستمدة من الواقع الحقيقي للفرد بإستثناء الإعتماد على الخيال فيما نشاهده على الشاشة ، و هو ما زراه يحدث الآن ، فالصورة التلفزيونية الحاضرة و أبعادها لا تترك مجالاً للخيال لكي يعمل و يتحرك بعيداً عما تراه العين ، حيث يمكن أن نطلق على هذه العملية (خلق الواقع التلفزيوني).

٣- الوضوح:

²³¹ آرثر سونسي، التأليف للتلفزيون، ترجمة (إسماعيل أرسلان)، القاهرة: الدار المصرية للتأليف، 1966، ص35 ، نقل عن : راضية فراد، رسالة ماجستير، مرجع سابق.ص34.

يتميز التلفزيون بقدرته على تقديم تفاصيل الأمور بوضوح وأنه يقدم الشخصيات البارزة إلى المشاهد و يتعرف عليها عن كثب و بطريقة واضحة ، بالإضافة إلى بساطة ووضوح اللغة الإعلامية المستعملة حيث تتضمن الرسالة الإعلامية التلفزيونية كل العناصر التي تجعلها واضحة ومفهومة .²³²

وإن كان للرسالة الإعلامية و خصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المتلقي فإنه يكون لوسيلة بـث هذه الرسالة دورا حاسما في ذلك ، وقد وصل الفرد إلى درجة أنه جعل لكل وسيلة إتصال رسالتها الإعلامية ، و لذلك تختلف الوسائل الإعلامية في التأثير على الفرد و الجمهور المتلقي ، إذ تنفرد الوسائل السمعية البصرية عموما و التلفزيون خاصة بمجموعة من الميزات نلخصها - مما سبق ذكره - كماليي :

- 1** – التلفزيون وسيلة إتصال جماهيرية تزودنا بالصوت والصورة و الحركة و اللون .
- 2** – يتميز التلفزيون بحيازته على جمهور واسع غير متجانس مما زاد في مجال إنتشاره الجغرافي.
- 3** – المشاهدة التلفزيونية عادة جماعية و سهل الوصول إليها .
- 4** – يمكن مخاطبة جمهور المشاهدة بلغته عن طريق ترجمة البرامج إلى أكثر من لغة .
- 5** – يتميز التلفزيون بسرعة التأثير من خلال العرض الفوري للأحداث و الواقع مما يزيده واقعية ومصداقية .
- 6** – تتميز الرسالة الإعلامية التلفزيونية بالوضوح و السهولة و الإقتراب من الواقع الحقيقي للأفراد فتحقق بذلك عنصر الألفة .

الفرع الخامس: وظائف التلفزيون :

تعاظم أهمية التلفزيون أكثر فأكثر كل يوم ، حيث بات استخدامه يمس جميع ميادين الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية حيث يقول مارشال ماكلوهان أنه أصبح نظاما يقلب الأوضاع الثقافية والاجتماعية والخلقية والمالية والسياسية غالبا شاملا لا مجال لنكرانه.²³³

إذن فالتلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية لم يعد مجرد آداة لنقل المعلومات و الرسائل الإعلامية المصورة مسجلة أو مباشرة عبر الأقمار الصناعية ، بل أصبح يتميز بقدرة هائلة على الإقناع والتأثير و تغيير السلوك لذا يتم الخلط بين الوظائف و التأثيرات ، فالوظائف تهتم بالدور العام الذي يؤديه التلفزيون بينما التأثيرات هي نتاج لهذا الدور العام و تحديده و تحصيصه .

²³² سيد أحمد خليفي، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون ، مرجع سابق ، ص ص 53- 54 ، نقل عن: راضية قراد، مرجع سابق.ص 35

²³³ عبد الحميد حيفري ، التلفزيون الجزائري واقع و آفاق ، الجزائر : المؤسسة الوطنية للكتاب ، 1958 ، ص 23 .

فإذا اعتبرنا أن الترفيه والإخبار من وظائف التلفزيون فإنها تحققان تأثيرات نفسية و اجتماعية مختلفة عند الجمهور المشاهد و التي تكون إيجابية أو سلبية ، غير أنه يمكننا أن نجد تأثيرات متباعدة لهذه الوظائف ، حيث ترتبط أولويات القضايا لدى الجمهور المتلقى .²³⁴

يقوم التلفزيون بمجموعة من الوظائف شملت مجالات عده من حياة الأفراد و المجتمعات وتتلخص

فيما يلي :

1- الوظيفة الإعلامية :

يقوم التلفزيون بإعلام الجماهير المستقبلة لبرامجه بكل الأخبار و الأحداث و المعلومات التي تستفيد منها كأن نوعها، إقتصادية، أو سياسية، أو اجتماعية، أو فنية سواء كانت محلية، أو إقليمية، أو دولية.²³⁵ باعتباره وسيلة جذب إعلامية للكبار و الصغار، فهو يمتلك ما يتيح له نقل الأحداث و الواقع و المعلومات العلمية الدقيقة التي تعجز الأجهزة الأخرى و الطاقة البشرية من الوصول إليها.²³⁶

2- الوظيفة التعليمية :

يقدم التلفزيون نوعا من المعلومات المنهجية التي تستخدم إما لتدعم عملية التعليم ، أو تقدم معلومات تكسب المرأة مهارات جديدة في إطار التعليمي غير الرسمي خاصة من خلال تعرضه للبرامج التعليمية التي توفر لها مادة تفيده في حياته ماديا ، فتزوده بآخر منجزات المعلومة و التكنولوجيا و الآداب و الفنون و التعريف بمعلومات جديدة هامة للمشاهدين الذين يحرضون على متابعة إنجازات العلوم و الآداب كما تقوم بتبسيط الحقائق العلمية و الأدبية و يكون هدف التلفزيون من ذلك إتاحة الفرصة للذين لم يحصلوا على تعليم عادي متقدم حسب ما تفرضه التكنولوجيا الجديدة كما يمد المهنيين بالمعلومات التي يستخدمونها ويستفيدين منها في عملهم ، إضافة إلى تنمية المهارات العلمية و الأدبية و الفنية.²³⁷

3- الوظيفة الترفيهية :

لا تقل هذه الوظيفة أهمية عن باقي الوظائف الأخرى بالنسبة للتلفزيون ، فالفرد لا يمكنه أن يعيش حياة عمل جادة ، بحيث لا يجد فيها ما يخفف به عن نفسه، ولذلك لطالما كان يلجأ إلى الغناء،

²³⁴ صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دمشق: دار آرام للنشر والتوزيع، 1995، ص 104.

²³⁵ فاضل حنا ، التلفزيون ما له و عليه و مدى تأثيره في الأطفال ، القاهرة: مؤسسة الرسالة ، 2002، ص 23.

²³⁶ محمد فلحي ، صناعة العقل في عصر الشاشة، مرجع سابق، ص 86.

²³⁷ هاني رضا، رامز عمار، الرأي العام و الإعلام و الدعاية ، القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 1998.

الرقص ، النكت ، اللعب ، الرياضة وغيرها ، وقد وفر له كل هذا دون أن يغادر منزله حيث تحدث "جباره عطية جباره" عن الدور التلفزيون ، حيث يرى أن الفرد يمكن أن يتحقق من خلاله إشباع حاجة ملحة ، تتمثل فيقضاء وقت فراغ بعد القيام بالمهام والأعباء الرسمية في حياته والتي لا يستطيع أن ينفك منها سواء في عمله تعلمه ، أو حتى في أسرته. فيحتاج للترويح عن نفسه من خلال هذا الوقت في الحرية دون التقيد بالتزامات مفروضة عليه، فيتعرض للرسائل التلفزيونية المختلفة كالدراما ، الرقص والموسيقى ، الرسوم المتحركة بإعتبارها أشكال ترفيهية أساسية و التي يمكن من خلالها تحقيق بقية الأهداف بطريقة غير مباشرة و على الأخص إبراز التراث الثقافي للمجتمعات.²³⁸ ولذلك لطالما استخدم التلفزيون لتحقيق بعض الإشباعات النفسية و الاجتماعية و إزالة مختلف أشكال توتر الفرد خاصة من خلال البرامج الترفيهية.

4- الوظيفة الاجتماعية :

وتظهر هذه الوظيفة من خلال البرامج المتنوعة بما فيها المسلسلات والأفلام ذات الطابع الاجتماعي ويشير "لفين نوفر" إلى أهمية العرض التلفزيوني في المجال الاجتماعي حيث يقول : "صحيح أن المضمون المقصود للعرض التلفزيوني – أي ذروته وسلوك الشخصيات الرئيسية فيه- كثيراً ما يرسم من الواقع الاجتماعي".²³⁹ غير أن معظم البرامج و الإعلانات وكذلك الأفلام السينمائية تتضمن مستوى تكميلياً أي ما يختزنه في ذاكرته ليشكل مخزون معلوماته التي يسقطها على حياته الاجتماعية ويستفيد منها.

5- الوظيفة الإعلانية و الترويجية :

يعد الإعلان من الوظائف الأساسية للتلفزيون في المجتمعات الحديثة فهو وسيلة لترويج و تسويق السلع والخدمات بأشكالها المختلفة ، حيث يقدم معلومات تخدم المستهلك خاصة الإعلان التلفزيوني الذي يقدم خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية الوطنية و العالمية ، حيث يمكن المتلقى من معرفة كل ما يتعلق بالسلعة أو الخدمة كمصادرها و سعرها و مكان بيعها و مجالات استعمالها.

6- الوظيفة السياسية :

لا يقتصر دور التلفزيون على نقل الأخبار و المعلومات فهو يستخدم كوسيلة تفسير و إقناع و تشكييل للرأي العام، مثلما يمكن أن يكون وسيلة لإيصال صوت الشعب إلى السلطة . أو مناقشة

²³⁸ جباره عطية ، علم الاجتماع ، القاهرة: دار الوفاء، 2001، ص 163.

²³⁹ المرجع السابق، ص 164.

القضايا السياسية الهامة من خلال مشاركة الأطراف الثالثة (السلطة ، الشعب ، الإعلاميون) و في هذه الحالة فإن التلفزيون يمكن أن يوصف بأنه "منبر" يستخدمه السياسيون لشرح أفكارهم ، آرائهم ، و مواقفهم لعامة الناس بهدف الاقتناع و تغيير السلوك السياسي لصالحهم.²⁴⁰

ولابد من توفر مجموعة من العوامل لتحقيق ذلك من بينها حسن إعداد البرنامج و تنوعها وجاذبيتها للمشاهد ، و البعد عن السطحية في الرسائل الإعلامية المقدمة من حيث الشكل و اللغة وقد أولى معظم الساسة و قادة الرأي أهمية كبيرة للتلفزيون، إذ كانوا يعتبرونه أداة فعالة في التأثير على الجماهير و تحقيق مصالحهم السياسية.

7- الوظيفة الثقافية :

يقوم التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية بدور متميز في نشر الثقافة بين الجماهير و بنقل التراث الثقافي فيربط أفراد الأسرة بعضهم البعض و الذي يمكن من ربط أفراد المجتمع بعضهم البعض و مجتمعات أخرى من خلال عرض قيمه و تقاليده و لغته و عاداته، فعن طريق تقديم البرامج التلفزيونية المختلفة يمكن أي مجتمع من الحفاظ على خصائصه و مميزاته و يجعله كذلك قادرا على حفظ تمسكه و وحدته و حماية فلسفته بالإضافة إلى أن خصائص التلفزيون الفنية في نقل الصورة و الصوت بالحركة و اللون تزود المتلقى بزاد ثقافي مشترك ، و واضح يساهم في تشكيل التذوق الفني والجمالي للجماهير الملقبة دون أن ننسى أن هناك برامج ثقافية تساهم في التنشئة الاجتماعية من جانبها السليبي و الإيجابي.²⁴¹

ترتبط وظائف التلفزيون إلى حد ما بوظائف ثابتة بشكل عام كما سبق ذكرها فلكل مجتمع طبيعته الاجتماعية و السياسية و الإقتصادية ويكون هدفها الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور لتحقيق أقصى ربح ممكن من جهة وتحقيق الترفيع و التسلية و التزويد بالمعلومات الأساسية المختلفة الإعلامية و الإعلانية و الثقافية و الاجتماعية و السياسية إلى غير ذلك من أنواع الرسائل الإعلامية من جهة أخرى.

حيث يمكن أن نحدد وظائف التلفزيون بوظيفتين أساسيتين هما :

-وظيفة واقعية: حيث تساعد على الإطلاع على العالم الحقيقي من خلال البرامج الإعلامية وبعض البرامج الثقافية و السياسية و الاجتماعية.

²⁴⁰ محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة ، مرجع سابق ، ص103.

²⁴¹ سهير جاد ، سامية أحمد علي ، البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع ، 1999 ، ص 72.

-وظيفة خيالية: أي غير واقعية تساعد على الهروب من الضغوط النفسية والاجتماعية ونسيان المتابع لكي يلاقي نفسه في عالم مغاير للذى يعيشه وذلك من خلال تقمص مشاهد في الإعلانات التجارية والتمثيليات والأفلام الدرامية والعاطفية المثيرة والعنفية.

الفرع السادس: تأثيرات التلفزيون :

يخاطب التلفزيون جمهوراً واسعاً، غير متجانس من حيث الثقافة والمستوى التعليمي والأعمار والديانة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والجنس والإقامة والتوزيع الجغرافي فضلاً عن الخصائص النفسية والاجتماعية التي لها دلالتها والتي تؤثر على مدى الاستجابة للإعلام التلفزيوني مثل الأنماط والسمات الاجتماعية ومستوى تطلعات واتجاهات وسلوكيات المشاهدين المتنوعة وتلعب هذه الخصائص المتصلة بشخصية المشاهدين دوراً هاماً في تقبلهم أو رفضهم للبرامج التلفزيونية ولهذا اهتمت الكثير من الدراسات بالتعرف على خصائص جمهور المشاهدين، وهي دراسات ضرورية لنجاح الرسالة الإعلامية التلفزيونية.

ومن جانب آخر اهتم نوع آخر من الدراسات بتحليل خصائص التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية وتحليل رسالته الإعلامية، فعندما نشاهد التلفزيون فإننا نشاهد سلسلة من الرسائل التي تعمل معاً على تنظيم حبراتنا وتحدد أصنافها.

ويمكن تحديد التأثيرات النفسية والاجتماعية للتلفزيون من خلال العناصر الثلاثة الآتية

1- الصورة التلفزيونية :

إن أهم الخصائص التي منحت التلفزيون القدرة على التأثير النفسي هي الترابط بين الصورة والصوت والحركة إضافة إلى تأثيرات اللون والسرعة والفوترة في نقل الأحداث والمعلومات ويرى "جييري ماندر": "أن التلفزيون أهم مصدر للصور في العالم اليوم ، فإذا كان الناس يستوعبون الصورة التلفزيونية بنسبة أربع ساعات يومياً فمن الواضح أنه مهما كانت فوائد الصور التي يحملها الناس في أفكارهم ، فهو الآن مصدرها ، وحين يشاهده المتلقى يجمع كل قدراته العقلية لتكوين صور ساكنة مستوحاة من الصور التلفزيونية".²⁴²

فالتلفزيون قادر على المهيمنة على الصور المستفادة شخصياً - من الكتب والخيال - وهو قادر أيضاً ، ولو لفترة من الوقت على بث الاضطراب بين التجربة الحقيقة والتجربة التلفزيونية ، فإذا دخلت الصور في فكر الإنسان وحزنت في ذاكرته فإنها تكون حقيقة بمجرد دخولها إلى الفكر.

²⁴² آرثر سونسي، التأليف للتلفزيون ، ترجمة إسماعيل أرسلان ، مرجع سابق ، ص 35.

ومن الواضح أن التلفزيون أضحت يفرض علينا طريقة لإدراك المئيات فيجعل اللقطات المأخوذة عن قرب و عن بعد ، مصغرة و كبيرة ، وهو لا يترك لنا حرية أن نختار بأنفسنا بين ما هو أفضل ويمكن أن نطلق على هذه العملية خلق الواقع التلفزيوني المصطنع(الافتراضي) بدلا من الواقع الحقيقي الذي يمكن أن يدركه الإنسان بحواسه مباشرة ، وإن هذه القدرة العجيبة على التمويه وعلى الإبراز و على تقديم الأشياء عن قرب أو عن بعد تحول دون الموضوعية، فالكاميرا تقوم بتجزئة ، أو تشويه الحيز الذي تعكسه الشاشة الصغيرة.²⁴³

ومن خلال التعليق الذي يصاحب الصورة يمكن تقديم حقيقة تلفزيونية تبدو أكثر إثارة من الحدث الحقيقي نفسه وهو ما يسمى "مسرحي الحدث" من خلال إقتناص الصور الخيالية وإضفاء طابع درامي على بعض الأحداث البسيطة. ومع ذلك فإن المبالغة في مسرحية الأحداث من التلفزيون تعد عنصرا من العناصر الأساسية لتجريد الحياة من واقعها ، و لكنها لا تخلي من الإيجابيات في أحيانا كثيرة من خلال البرامج التعليمية التي تجعل من المعارف الصعبة سهلة الفهم بتقديمها على شكل مشاهد حية تتميز بجذبها للإنتباه وذلك بخلق جو إنجعالي جديد ، و عندما يعتمد التلاعب بالحقائق من خلال عدم التوازن و الإبعاد عن الموضوعية و الحياد في نقل الأخبار فإن الأمر يبدو أكثر خطورة حقا.²⁴⁴

2- التلفزيون وتصوير الواقع و الخيال:

إن المواد التلفزيونية يمكن ترتيبها على طول محور أو مقاييس يبدأ في أحد طرفيه بمواد الواقعية تماما، و ينتهي في الطرف الآخر بمواد الخيالية تماما.

والمواد الواقعية تمثل في البرامج التلفزيونية التي تدور حول أخبار الحروب وأنباء الكوارث الطبيعية، ثم تأتي الأحداث التي يمكن أن تتوقعها رغم واقعيتها حيث يمكن تخطيدها وإخراجها من قبل المخرجين، و مثل ذلك الحفلات و الخطابات الرسمية ، بعدها تأتي فئة الأحداث المرتبطة بشخصيات واقعية و تعد كمادة ترفيهية و مثل ذلك المسابقات و الألعاب الإجتماعية و الندوات و المباريات و أخيرا نجد تلك الأحداث الخيالية تماما كالتمثيليات و المسلسلات و الأفلام.²⁴⁵

و بصورة عامة فإن التلفزيون يعتبر وسيلة سهلة حيث تصل الصورة من خلاله إلى الأفراد و المشاهدين و الرؤية دون إجهاد سمعي أو بصري ، و ينظر له على أنه أساسا وسيلة للتسلية و يترب على ذلك حتما إختلاط العناصر المصطنعة ولو على المستوى اللاشعوري على أقل تقدير ، أما الأثر الناجم

²⁴³ المرجع نفسه، ص ص 32 - 33.

²⁴⁴ المرجع نفسه، ص 34.

²⁴⁵ المرجع السابق، ص 36.

عن ذلك فهو أنه حتى أولئك الذين يميزون بعقولهم تميزا تماما بين العناصر الواقعية و العناصر الخيالية يبقى التقدير الكيفي النهائي حول مستوى جودة البرامج أو رداءتها قائما على أساس القيم الترفية و ما يشبع رغبات المتلقين ، وهكذا فإنه قد يحدث خلط بين الواقع و الخيال.

وليس هناك أدنى شك حول قدرة التلفاز على مزج الواقع بالخيال ، والتي أتاحت للمسطرين عليه استخدامه لأغراض دعائية أو سياسية من خلال تشويه الحقائق أو التلاعب بالمنطق وتقديم صورة زائفة عن الواقع الحقيقي. استناداً لذلك يمكن القول أنه أصبح يلعب دوراً واضحاً في تكوين الصور الذهنية عند الأفراد عن المواقف والأحداث ، بل يمكن القول أيضاً أنه يؤثر في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور و الطريقة التي يفكرون بها و في سلوكهم و عملهم الذي يعشون فيه.²⁴⁶

إن عملية المزج بين الواقع و الخيال و التلاعب بالصور، تبدو أكثر تعقيداً في ظل التقنيات الإلكترونية الحديثة و استخدام التكنولوجيا الحديثة في إنتاج الصور التلفزيونية حتى أصبحت حقيقة الصورة مسألة نسبية و ليست مطلقة و مؤكدة تعتمد بدرجة كبيرة على الخيال.

3- التلفزيون و السلوك الاجتماعي:

أظهرت الكثير من الدراسات حول التأثير الاجتماعي لبرامج التلفزيون وما تلعبه من دور كبير في التأثير على السلوك الاجتماعي للأفراد ، وتناولت تلك الدراسات العلاقة بين برامج التلفزيون التي تتضمن مشاهد العنف فيه و بين السلوك العدواني للمشاهدين، حيث تبين أن برامج العنف في التلفزيون لها أثر كبير في السلوك الإنساني خاصة فئة الأطفال ، و بذلك يساهم في التنشئة الاجتماعية للأفراد بالسلب أو الإيجاب وهذا مرتبط بموضوع الرسالة الإعلامية المقدمة ومدى ملائمتها للمعايير الثقافية و الاجتماعية السائدة، وبهذا فإن هذه التنشئة ليست محصورة أساساً في الفضاء العائلي المدرسي، بل تغذيها مكتسبات العلاقات التي تقيمها هذه الأطراف الاجتماعية مع نظائرها خارج فضاء العائلة و المدرسة حيث أن تطور تقنيات الاتصال بما فيها التقدم الحاصل في جهاز التلفزيون ساهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة في تغيير بنية من مجتمع إلى آخر ، ومن وسط اجتماعي وجغرافي إلى آخر حيث أثبتت الدراسات مدى مساهمته في خلق عالم مواز لعالم الطفل و المراهق و الشاب، عالم يستمدون منه أنماط السلوك الاجتماعي و القيم و العادات سواء بما يتماشى مع ما هو سائد أو بما هو مخالف لما هو قائم في المجتمع.²⁴⁷

²⁴⁶ زكريا عبد العزيز محمد ، التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب و المراهقين، القاهرة : مركز الإسكندرية ، 2002، ص 20.

²⁴⁷ فتح عبد الحليم، مرجع سابق، ص 41.

المطلب الثاني: التلفزيون الجزائري:

الفرع الأول: مراحل تطور الإعلام الجزائري:

لل الحديث عن التطور في التلفزيون الجزائري لابد أن نراعي الجوانب الآتية :

- وجوب إقامة إعلام وطني يؤمنه تلفزيون وطني و يمر عبر إعادة النظر في مختلف التشريعات والنصوص الإعلامية التي كانت تسيطر على القطاع السمعي البصري.

- ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفة عامة والقطاع السمعي البصري بصفة خاصة وتدعمه مختلف البنيات القاعدية و التوسيع بها بالشكل الذي يساعد على خدمة أهداف الأمة و في مقدمتها القضاء على التخلف و تحقيق التنمية.

- تكثيف القطاع الإعلامي - قطاع السمعي البصري - مع ما يشهده الوطن و العالم من التطورات على مستوى الخدمة المقدمة من قبل هذه الوسائل.

وقد تطور الإعلام الجزائري عبر أربعة مراحل وكل مرحلة لها خصائصها المميزة و نذكرها كمالي

:

• المرحلة الأولى : والتي امتدت بين 1965-1962:

هذه المرحلة بالرغم من قصرها فإنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجات المواطن و الوطن، ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية و أهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل على تحيرى الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية و الإدارة والإشراف.

• المرحلة الثانية : تراوحت بين 1965-1976:

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام ، وألغى العمل بالقوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية التي تم تدميد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية ، ففي عام 1967 تم إلغاء مفعول النصوص الفرنسية في مجال الإعلام التي مدد سريان مفعولها بموجب القانون 157-62 الصادر في ديسمبر ، وقد عبر رئيس مجلس الثورة "هواري بومدين" عن أسباب إلغاء القوانين الفرنسية في 27 ديسمبر 1973 بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع وإنشاء هذه المراسيم

التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية ، فالسياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني.²⁴⁸

إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة كما في ذلك القطاع السمعي البصري وهذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام ، الأمر الذي جعل أحد المختصين يصف هذه المرحلة بمرحلة السبات الشتوي la période d'hibernation.²⁴⁹

• المرحلة الثالثة : 1990 - 1976 :

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله و منها وسائل الإعلام السمعية البصرية، خصوصا في إستكمال بناء مختلف المؤسسات و المياديل السياسية و الاقتصادية، وبدأت المعالم السياسية و الإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، حيث أشار إلى الدور الإستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية كما دعا إلى ضرورة إصدار قوانين وتشريعات تحدد دور الصحافة و الإذاعة و التلفزيون و السينما في مختلف المشاريع الوطنية، والإهتمام بالتكوين في مجال الإعلام، وتوفير الإطارات الإعلامية اللازمة المواكبة لخطط التنمية ، وإشباع مختلف حاجات الجماهير في إعلام موضوعي وجيد ، وعرفت بداية الثمانينيات مناقشة أول مشروع ملف السياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال ، وتم تحديد المفهوم الجزائري للإعلام كبلد إشتراكي يتسمى إلى العالم الثالث ، يقوم على أساس الملكية الجماعية لوسائل الإعلام وأن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدوات التوجيه و الرقابة و التنشيط.²⁵⁰

وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو الآتي :²⁵¹

²⁴⁸ الإعلام والثقافة في الجزائر 1962-1980 ، وثائق تشريعية، منشورات وزارة الإعلام، الجزائر 1981، ص 11-15 .

²⁴⁹ محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني ، مرجع سابق ، ص 85.

²⁵⁰ المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية ، حزب جبهة التحرير الوطني ، لجنة الإعلام و الثقافة ، الجزائر : مطبوعات الحزب، 1982 ، ص 34.

²⁵¹ المرجع نفسه، ص 38-41

- 1- التربية و التكوين و التوجيه .
- 2- التوعية و التجنيد.
- 3- التعبئة.
- 4- الرقابة الشعبية .
- 5- التصدي للغزو الثقافي.

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد ، ضمن الخطوط العامة للميثاق الوطني ودستور عام 1976 .

• المرحلة الرابعة 1990-2007:

بدأت هذه المرحلة بصدور الدستور الجديد الذي نص في إحدى مواده على التعددية و حرية

إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، وتميزت هذه المرحلة بصدور العشرات من الصحف خاصة بعد مرور قانون الإعلام لعام 1990 ، الذي أكد على حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة ، إلا أن القطاع السمعي البصري و منه التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة.

و قد صدر منذ 1990 مشروعان تمهيديان لقانون 1998 وسنة 2002 وقد تناولا القطاع السمعي البصري بشيء من التوسيع و التركيز، ولكن يبدو أن حساسية القطاع وخاصة التلفزيون يجعل الدولة متعددة في تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة و المستقلة بعدم إصدار قانون جديد للإعلام.²⁵²

الفرع الثاني: قطاع الإعلام السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري :

يتناول هذا الجزء قطاع الإعلام السمعي البصري في قانوني الإعلام لعامي 1982 و 1990 و المشروعين التمهيديين لعامي 1998 و 2002 .

1- قانون الإعلام 1982 :

تناول القانون لأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي وحدد الإطار لمفهوم الإعلام في الجزائر إذ جاء في مادته الأولى: "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية ، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني و في إطار الإختيارات الإشاراكية المحددة في الميثاق عن إدارة الثورة ،

²⁵² محمد شطاح، مرجع سبق ذكره ،ص 87

وترجمة مطامح الجماهير الشعبية . يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات و تنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية.²⁵³

ويكشف القانون الجديد في مادته الأولى عن المصادر التي يستلهم منها مبادئه وهي الميثاق الوطني و التوصيات الصادرة عن مؤتمرات حزب جبهة التحرير وإعتبار قانون الإعلام جزء من السيادة الوطنية.

كما تناول القانون الجديد جملة من القضايا المتعلقة بالنشاط الإعلامي وأهداف حيث أشار إلى حق المواطن في الإعلام في المادة الثانية منه ، كما حدد الخطوط العامة لممارسة النشاط الإعلامي ضمن السياسة العامة للدولة المنصوص عليها في الدستور و الميثاق، كما جاء في المادة الثالثة.²⁵⁴ مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور خاصة في مادتيه 55 و 73.

كما أكد هذا القانون على لغة الإعلام الوطني مستقبلا وهي اللغة الوطنية العربية في محاولة لحسم موضوع اللغة التي تستخدم في وسائل الإعلام الوطنية كما نصت عليه المادة الرابعة منه.²⁵⁵ غير أن هذه المادة لم تبق حيث كانت هناك عناوين تصدر باللغة الفرنسية مثل " horizons " ومنه فإن قانون الإعلام 1982 يبدو من خلال تحليل مضمونه أنه قانون جاء لتنظيم قطاع المطبوعات و الصحافة المكتوبة ولم يتناول موضوع الوسائل السمعية البصرية سوى ضمن إطار عام وواسع وكان المشروع يلحق مصطلح " السمعي البصري " ، ومنه التلفزيون وظل يستعين في الممارسة ببعض التوجهات فيما يتعلق بطبيعة المهنة و في جانب الجزائري بعض مواد القانون.

2- قانون الإعلام 1990 :

صدر هذا القانون في 3 أبريل 1990 و نشر في الجريدة الرسمية يوم 04 أبريل من نفس السنة وجاءت هذه الوثيقة تماشيا مع الدستور الجديد للبلاد، الذي فتح مجال التعددية السياسية التي تتضمن منطقيا التعددية الإعلامية حيث نصت المادة الثانية منه عن طريق الحق في الإعلام و الذي يجسد حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة و موضوعية على الواقع و المعلومات و الآراء و حق هذا الأخير في مشاركته في الإعلام و في المادة الثالثة تتحدث عن حرية ممارسة الحق في الإعلام.

وتوضح المادة 04 الوسائل من خلالها يمارس هذا الحق.

²⁵³ قانون الإعلام 1982، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1982، ص 3.

²⁵⁴ المرجع نفسه.

²⁵⁵ المرجع السابق، ص 4.

²⁵⁶ قانون الإعلام 1990، النصوص التأسيسية ، المجلس الأعلى للإعلام ، ص 4.

إن الجديد في هذا القانون هو تأكيد على حرية إصدار المطبوعات، لكنه استثنى في ذلك القطاع السمعي البصري حيث تؤكد المادة 14 منه على حرية إصدار المطبوعات و النشريات في حين تؤكد المادة 56 منه على إستثناء القطاع السمعي البصري.²⁵⁷

وأشار القانون 1999 إلى إنشاء هيئة إعلامية جديدة هي " المجلس الأعلى للإعلام " أوكلت لها مهام تختلف على المهام الموكلة مجلس 1948 حيث حددت المادة 59 منه طبيعة الهيئة ، وقد خصصت لهذه الهيئة سلطات واسعة حلت محل وزارة الإعلام ، ومن مهامها خاصة في القطاع السمعي البصري:

- ضمان إستقلالية أجهزة العمل للبث الإذاعي لكل مهنة من مهن القطاع.
- تشجيع و تدعيم النشر و البث باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة.
- السهر على نشر الإعلام المكتوب و المنطوق و التلفزيوني عبر مختلف جهات البلاد و على توزيعه²⁵⁸ إذن بإستثناء هذه الإشارات فإن قانون تعامل بحذر مع القطاع السمعي البصري رغم أهمية ورغم تأثيره في حشد مختلف الطاقات الوطنية لتحقيق أهداف الأمة و المجتمع.

لذلك لاحظنا تناقض في مدى اهتمام القوانين 1982-1990 بهذا القطاع أو ذاك ، وهو أمر لا يعكس مدى الاهتمام الذي توليه الدولة لكل قطاع ففي الوقت الذي يتحدث قانونا 1982-1990 بالكثير من التفصيل عن قطاع الصحافة المكتوبة بل تقاد الوثيقتان أن تكونا بمثابة قانونين للمطبوعات ليس إلا ، و على صعيد ميزانيات التشغيل و التجهيز للقطاع السمعي البصري يستحوذ على نسب فاقت 60 % في كل سنوات ما بعد الاستقلال.²⁵⁹

و يبقى إلغاء المجلس الأعلى للإعلام بمقتضى المرسوم رقم 13-93 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993 أهم تناقض في هذا القانون خاصة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار المسؤوليات و المهام الموكلة للمجلس ، وعليه فإن التفكير في مشروع قانون جديد للإعلام أصبح أمرا ملحا بالنظر إلى التحولات التي شهدتها الساحة الإعلامية الجزائرية، وكذا التحولات الدولية في مجال الإعلام .

3- المشروع التمهيدي لقانون الإعلام : 1998

²⁵⁷ المرجع نفسه، ص 16

²⁵⁸ رهير إحدادن ، مدخل إلى علوم الإعلام و الاتصال ، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991، ص 106.

²⁵⁹ محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني ، مرجع سابق ، ص 91.

رغم أن هذا المشروع تمت مناقشته من قبل فئات مختلفة في قطاع الإعلام إلا أنه لم يصدر كقانون رغم تأجيل البث فيه من قبل البرلمان وأدت التغيرات السياسية التي شهدتها البلاد في نهاية التسعينات إلى الإهتمام بمشاريع قوانين أخرى ليقدم مشروعًا عضويا آخر في نوفمبر 2002.

وإذا كان قانون الإعلام لسنة 1990 يتناول في مادته الأولى أن هذه الوثيقة تحدد قواعد ومبادئ ممارسة حق الإعلام ، فإن مشروع 1998 كشف في مادته الأولى على مبدأ تحرير قطاع الإعلام ككل ، وقد عرفت هذه الوثيقة لأول مرة منذ الاستقلال المقصود بالسمعي البصري بعد أن كانت القوانين السابقة تدرجها ضمن عبارة غامضة وتعتبره(سnda إذاعيا ، أو صوتيا ، أو تلفزيونيا) يمارس من خلاله الحق في الإعلام، حيث حددت المادة الثانية من هذا المشروع مفهوم الإتصال السمعي البصري .²⁶⁰

وخصصت الوثيقة الباب الثالث للحديث عن هذا القطاع لكن ضمن عبارة " عمومي " وهو أمر يكشف عن عدم رغبة الدولة في فتح القطاع للإستثمارات الخاصة إلا في حدود معينة . كما نصت المادة 28 على عدم رغبة الدولة في فتح القطاع الخاص للإستثمار في القطاع السمعي البصري إلا في إطار حدود معينة و تستثنى المادة 29 بعض الأنشطة.

ويتناول الفصل الثاني من نفس الباب خدمات البث الإذاعي السمعي و التلفزيوني المخصص بما كما توضحه المواد 30-31-32-32-46-من المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 1998.²⁶¹ وقد تحدثت الوثيقة في الباب الثامن عن المجلس الأعلى للإعلام باعتباره سلطة مستقلة لضبط الأمور وتتمتع بالإستقلال الإداري و المالي ، وتتضمن التعديلية في الإعلام و حرية الصحافة. ومن المهام الموكلة إليها في القطاع السمعي البصري :

-ممارسة الرقابة بكل الوسائل الملائمة على موضوع الحصص الإشهارية التي تبئها أجهزة البث الإذاعي و التلفزيوني و محتواها و كيفيات بر姆تها .

-ضبط أحكام الإتفاقيات الخاصة بخدمات الإتصال السمعي البصري المسموح به و مراثية تنفيذها.²⁶²
وعموماً فإن مواد هذا المشروع التمهيدي تجاوزت قانون 1990 في مجال الحريات الصحفية وتناول لأول مرة بشكل مريع القطاع السمعي البصري بتحديد طبيعته و وسائله وطرق الإستثمار فيه .
-المشروع التمهيدي لقانون 2002:

²⁶⁰ المرجع السابق، ص 92

²⁶¹ المرجع نفسه، ص 93

²⁶² المرجع السابق، ص 94

جاء هذا المشروع على أنقاض المشروع التمهيدي لسنة 1998 الذي لم يصدر ولم يتحول إلى قانون لأسباب سبق شرحها ، و يتميز هذا المشروع بكونه شرح الأسباب و الغاية من هذه الوثيقة وأستهل المشروع قبل عرض مواده بتقدیم الأسباب و الدوافع وراء هذه المبادرة ، و تميز بعقد جلسات جهوية للمناقشة من قبل المهتمين بقطاع الإعلام ، وأوكلت مهمة الإشراف على الجلسات إلى باحثين أكاديميين مهتمين ببحث الإعلام و تشريعات محدودة ومحصورة وعموماً كانت أهم الأسباب وراء إصدار هذا المشروع كمالي :

1- ضرورة تعديل القانون الساري المعمول على مستوى الشكل و المضمون حتى ينسجم و المحيط القانوني و المؤسسي .

2- تطور المحيط الدولي يفرض تعديلات تتماشى و السياسة التي تتبعها البلاد من أجل الانضمام إلى مسار العولمة خاصة المجتمع الإعلامي .

3- هذا المشروع يتماشى و الإصلاحات التي مست هيئات و مهام الدولة.

4- يمكن هذا المشروع الجديد مختلف الفئات المهنية للإعلام لتمكن السلطات العمومية من الإطلاع بمهامها في إطار تشاوري.

5- ترتكز فلسفة المشروع الجديد على مبدأ حرية الإعلام في إطار احترام الأسس الدستورية، قوانين الجمهورية واحترام كرامة وشرف الأشخاص.

6- في المجال السمعي البصري يضع المشروع أسس وقوام المجلس السمعي البصري كهيئة للضبط تتکفل بالسهر على احترام التعددية و القيم الدستورية .

و قد حدد المشروع التمهيدي مفهوم النشاط الإعلامي في المادة الثانية منه و خصص الباب الثالث من المشروع للنشاط الإعلامي عن طريق الإتصال السمعي البصري . إذ تناول في الفصل الأول ممارسة الإتصال السمعي البصري وحدد المقصود منه في المادة 34 منه وحددت المادة 35 آليات وأدوات ممارسة النشاط الإتصال السمعي البصري فهو نشاط حر يمارس من طرف :

-هيئات ومؤسسات القطاع العام.

-المؤسسات و الشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص.

وكان المشروع يوحى بأن النشاط السمعي البصري حر ولا عائق أمامه سوى العوائق التقنية، وحدد المشروع في المادة 38 منه خضوع الممارسة الإعلامية في القطاع السمعي البصري الخاص

للترخيص من قبل المجلس السمعي البصري ، بينما خصص الفصل الثاني لهذه الهيئة ، إذ حددت المادة 42 مهامها بعد تحديد طبيعتها ، ومن المهام : السهر على احترام أحكام النصوص اللاحقة المتعلقة بالإتصال السمعي البصري المرخصة مع الحيلولة دون تمركز الإتصال السمعي البصري تحت تأثير مالي أو إدبيولوجي ، ومارسته الرقابة على الموضوع و المحتوى وعلى كيفيةات برمجة الحصص الإشهارية الموزعة وكذلك تحديد شروط إنتاج برمجة حرص التعبير المباشر خلال الأنشطة السياسية المختلفة في وسائل الإعلام السمعي البصري مع السهر على جودة التبليغ ، وكذا الدفاع عن الثقافة الوطنية من طرف هذه الوسائل .

و بعد استعراض كل هذه القوانين و المشاريع في مجال الإعلام ، و بالتركيز على القطاع السمعي البصري نلاحظ في مجال اللغة الإعلامية و التعريب أن قانون 1982 أكد في المادة 04 على استعمال اللغة الوطنية و تعميمها ، وكذلك في قانون 1990 نصت المادة 6 على أن إصدار النشريات الدورية يتم باللغة العربية ابتداء من صدور هذا القانون ، وشرط المشروع التمهيدي لسنة 1998 شرط الحصول على موافقة المجلس الأعلى للإعلام لإصدار نشرية باللغة الأجنبية أما مشروع 2002 فإنه ينص في المادة 15 على أن كل النشريات الدورية المنشأة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون يجب أن تصدر باللغات الوطنية (العربية – الأمazigية) ثم تستدرك ذلك في نفس المادة ، إذ يحق لوكيل الجمهورية بعد إستشارة الوزير المكلف بالإعلام منح الترخيص²⁶³ .

و منه فإن القطاع السمعي البصري و التلفزيون بالتحديد يتواضع دوره من يوم آخر محليا ودوليا وتدعيم ذلك بالقواعد القانونية أمر سيساعد على تحرير المبادرات ، وإصلاح القطاع لأن الدعم المادي و التقني و البشري لابد أن يواكب دعم قانوني يساعد على تحديد المسؤوليات و يحمي هذا المجال من أي انحراف قد يضر بمصلحة الفرد و المجتمع²⁶⁴ .

3- التطور الهيكلي و المؤسساتي للتلفزيون الجزائري :

و سنتطرق من هذا الجزء إلى تطور الهيكلي و المؤسساتي للتلفزيون الجزائري كما يلي:

1- التطور التلفزيوني الجزائري قبل 1986 :

لما كنا الحديث عن التلفزيون كتنظيم أو مؤسسة بمفردها قبل 1986 سواء من حيث التطور و التوسيع في تكنولوجياته أو من حيث الميزانيات المخصصة للتشغيل أو من حيث المراسيم و القوانين التي تسير هذه المؤسسة فقد ظل التلفزيون كمؤسسة مرتبطة بالإذاعة و الحال كان كذلك في العديد من

²⁶³ المرجع السابق، ص 100.

²⁶⁴ المرجع نفسه ، ص ص 95-96.

الدول ضمن ما يسمى بالسمعى البصري كفرنسا مع ORTF و RTF حيث أنشأ ديوان الإذاعة والتلفزيون (RTF خلفاً لـ ORT) بمقتضى قانون 23 جوان 1964 هيكل الديوان في أوت 1974 إلى ستة مؤسسات INA-FD- TDF- RE-FR3 ، وفي مصر و البلدان العربية ضمن هيئة إتحاد الإذاعة والتلفزيون و التي مازالت تعمل بنفس التنظيم إلى يومنا هذا .

أما الجزائر فقد أُنْهِي المرسوم رقم 147-86 بتاريخ 1 جويلية 1986 الإرتباط المهيكل بين الإذاعة و التلفزيون الجزائري RTA إلى أربع مؤسسات مستقلة هي:²⁶⁵

1- المؤسسة الوطنية .

2- المؤسسة الوطنية للإذاعة ENPA .

3- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي التلفزي ENTD .

4- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري ENPA .

فيما يتعلق بالإعارات الحكومية فإن الملاحظة الأولى تشير إلى أن الدولة لم تكن قمن بفتح القطاع (الإعلام) في الميزانية السنوية سوى القليل ، لكن بعد هذا التاريخ ومع اتضاح معالم التوجه الجزائري في مجال التنمية أخذ قطاع الإعلام يحظى بشيء من الاهتمام ، إلا أن ما يلاحظ في هذا الإطار هو أن ما يزيد عن 70% من ميزانية الدولة المخصصة لقطاع الإعلام كانت موجهة للصحافة السمعية التجريبية .

أما فيما يتعلق بتوسيع شبكات التلفزيون فإن الاهتمام بدأ سنة 1968 عندما أنشأت دار الإذاعة و التلفزيون بقسنطينة وحدة محطات ربط حتى أصبح كل سكان شمال البلدان باستطاعتهم مشاهدة التلفزيون ، وذلك إبتداء من عام 1970 و في عام 1972 أنشئت محطات للربط والتوزيع في كل سوق أهراس و معننية ثم في سنة 1975 أنجزت محطتان في كل من النشرية وارتقت نسبة التغطية إلى 95% من التراب الوطني سنة 1976 لتترفع إلى 97% في عام 1998.²⁶⁶

و بالنسبة لانتشار استعمال الأجهزة فإن الدولة اتبعت منذ الاستقلال سياسة مركزة على إستراد أجهزة الاستقبال و تحديد أسعارها خاصة بالنسبة للتلفزيون (أي الأسعار المدعمة) ، كما اتجهت إلى إقامة صناعة في هذا المجال قادتها الشركة الوطنية للصناعة الإلكترونية ، وارتقت

²⁶⁵ نشرية النظرية الصادرة عن التلفزيون الجزائري ، 2001 ، ص 2.

²⁶⁶ زهير إحدادن ، المدخل إلى علوم الإعلام و الاتصال ، مرجع سبق ذكره، ص 108 .

نسبة أجهزة الاستقبال الإذاعي و التلفزي فالتسبة للتلفزيون بلغت عام 1988 خمسين جهازا لكل ألف شخص وعموما فإن الجزائر تمكن في الفترة وجية من تطوير القاعدة التقنية لوسائل الإعلام السمعي البصري واستطاعت في نهاية الثمانينات أن تتجاوز السقف الأدنى الذي حدده منظمة اليونسكو بالنسبة للبلدان النامية.²⁶⁷

2- التلفزيون الجزائري بعد 1986 المؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV) :

سبقت الإشارة إلى أن اتفاقية إيفيان نصت علىبقاء الإذاعة و التلفزيون في يد السلطات الاستعمارية على أن تسلما لاحقا ، إلا أن السلطات الجزائرية قررت و عن طريق جيش التحرير الوطني فرض سيادتها على مقر الإذاعة و التلفزيون التي تحولت بعد الاستقلال في 8-10-1968 ، وتأسست لاحقا مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائري التي تحولت بعد إصلاحات 1986 إلى المؤسسة الوطنية للتلفزة ETV بمقتضى المرسوم décret رقم 147-86 في جويلية 1986 حيث حدد المرسوم طبيعة المؤسسة بأنها " مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وهدف اجتماعي وثقافي .

وتمارس الاحتياج في مجال البث البرامجي التلفزيوني على كامل التراب الوطني ".²⁶⁸
أما الأهداف ووظائف المؤسسة فهي وظائف أية قناة تلفزيونية عمومية وهي الإعلام و الترفيه .divertissement , information , education distration

أما مصادر التمويل فتمثل في الإعانة المقدمة من قبل الحكومة و المصادر الخاصة بداخل المؤسسة ، وفيما يخص إدارة المؤسسة وطريقة عملها فإن المرسوم أشار إلى أن المؤسسة الوطنية التلفزيونية تسير من قبل مدير عام يساعدته مجلس استشاري يتكون من ممثلين عدة مؤسسات في الدولة و الحزب وعدهم 25 عضوا إلا أن هذا المجلس لم ينصب و لم يباشر علمه في الميدان ولذلك ظل مدير المؤسسة هو الجهة المشرفة يساعدته في ذلك مدير عام مساعد يساعدته خمس مساعدين : وحدد القرار arrété الوزارية المؤرخة في 24 جانفي 1987 النظام الداخلي للمؤسسة ، فالمؤسسة مهيكلة على أساس مديريات وطبقا لقرار فعدد المديريات ستة وهي :

1 - مديرية الأخبار

2 - مديرية إنتاج برامج

3 - مديرية البرمجة

²⁶⁷ محمد شطاح ، مرجع سبق ذكره، ص105.

²⁶⁸ المرجع السابق، ص نفسها.

4- مديرية الخدمات التقنية و التجهيزية

5- الإدارة العامة

6 - مديرية العلاقات الخارجية

إضافة إلى مركز الإشراف و المحطات الجمهورية.

3-4- التلفزيون الجزائري والإصلاح 1991:

عرفت الجزائر في نهاية الثمانينات إصلاحات سياسية تمشياً ودستوريفيري 1989 الذي نقل الدولة الجزائرية من نظام الإشتراكي الذي تقاسم فيها السلطة و التسيير الحزب و الدولة إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجامعات ذات الطابع السياسي طبقاً للمادة 40.

وفي مجال الإعلام واستجابة لروح دستور 1989 صدر قانون الإعلام لعام 1990 و الذي أشار في مادته الثانية أن هذا القانون يعبر عمما جاء في المواد 35-36-39-40 من الدستور ²⁶⁹ خاصة فيما يتعلق بممارسة الحريات الأساسية في التفكير و الرأي .

وقد أشار قانون الإعلام المذكور في مادته 12 أيضاً إلى التغييرات الجديدة التي ستطرأ على أجهزة القطاع السمعي البصري وكذلك قطاع الصحافة و المكتوبة التابع للقطاع العام و التي يجب أن تتكيف وطبيعة المرحلة (مرحلة التعديلية حيث جاء في المادة المذكورة أنه تنظم أجهزة الإذاعة الصوتية و التلفزة ووكالة التصوير الإعلامي ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقاً للمادتين 44-47 من القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 جانفي 1988 و الذي يمثل القانون المتضمن قانون مؤسسات العمومية وعليه صدر المرسوم التنفيذي 21 آפרيل 1991 رقم 91-101 الذي قد قدم تطويراً وأهدافاً جديدة مقارنة بمرسوم 1986 .

وأهم هذه التغييرات يمكن ذكرها مايلي :

1- المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENTV تحول إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وهذا أمر جديد مقارنة بمرسوم 1986 الذي يحدد طبيعة المؤسسة في كونها مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي ويبدو أن الاختلاف في الطبيعتين كبيراً جداً.

2- بحدد للمرسوم 1991 مهام المؤسسة طبقاً لدفتر الشروط cahier des charge وهي :

²⁶⁹ نشرية النظرية ، مرجع سابق ، ص 13

احترام حرية التعبير و التعددية لمختلف التيارات و الآراء و الأفكار ضمن احترام مبدأ المساواة في معالجة للموضوعات و الشفافية ن واحترام توصيات المجلس الأعلى للإعلام و الذي حل في عام 1993 وحولت مهامه إلى وزارة الاتصال و الثقافة .

أيضاً تضمن دفتر الشروط *cahier des charges* موضوعات أخرى كالمهوية العمومية للقناة و التي يجب أن تركز على الركائز الثلاث ، الإعلام ، التربية ، و الترفيه ، كذلك يحدد حصة بث البرامج الوطنية وبعض القواعد العامة فيما يتعلق بث الإعلان أو الإشهار .

3- تعويض مجلس التوجيه بمجلس الإدارة يتكون من 10 أعضاء فقط لكنه يمتنع بصلاحيات أوسع ، مهمته السهر على استقلالية الخدمة العمومية للتلفزيون ، واحترام ما جاء في دفتر الشروط ، ويرأس مجلس الإدارة من طرف المدير العام للمؤسسة على عكس مجلس الإدارة السابق الذي يرأس من قبل وزير الاتصال والإعلام أو مثل له²⁷⁰.

ما يلاحظ على المرسوم الجديد أنه يتجه نحو منح المؤسسة استقلالية أكثر و التخلص تدريجياً من الإشراف والإدارة المباشرة من قبل الوصاية الممثلة في وزارة الاتصال والإعلام أو من يمثلها .

4- مهام ووظائف المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENTV:

طبقاً لمرسوم التنفيذي رقم 101-91 فإن المؤسسة وباعتبارها للخدمة العمومية فإنها تضمن كل النشاطات كالإعداد والإثراء والإنتاج و التوزيع للبرامج من كامل التراب الوطني لأجل غايات محددة في الإعلام و التثقيف و الترفيه ، وعلى المzman تعددية واستقلالية المعلومة(الإعلام) وتشجيع الاتصال الاجتماعي المعد من قبل الحكومة و الهيئات التابعة لها وعليه فإن المؤسسة وفي الإطار يجب أن تقوم بمهام و الوظائف الآتية²⁷¹:

- تغطية كل النشاطات الحكومية

- تغطية الحملات الانتخابية .

- نقل مناقشات البرلمان.

- تغطية نشاطات الأحزاب السياسية و الجمعيات و النقابات.

- بث البرامج ذات الطابع الثقافي و الديني .

- بث البرامج ذات الطابع المتخصص في الأحوال الجوية.

²⁷⁰ محمد شطاح ، مرجع سابق ، ص 107-108.
²⁷¹ نقلاً عن راضية قراد: مرجع سابق 3. Le rapport annuel d'activité de l'établissement 1996.p الذكر

- إضافة إلى الأشرطة ، و التحقيقات و المجالات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة الوطنية و الدولية ويلزم كذلك دفتر الشروط و المرسوم المؤسسة بأن تبث على الأقل جريدين مصوريين في اليوم.
- في مجال البرمجة ، فسواء كانت البرمجة منتجة من قبل المؤسسة أو إنتاجا مشتركا أو مستوردا يجب أن تكون متنوعة ووجهة إلى جميع شرائح الجمهور .
- ويجب أن تكون البرامج الوطنية ناطقة باللغة العربية أو معربة أو مترجمة بالنسبة للبرامج الأجنبية.

5- تسيير وتنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون:

يسير التلفزيون الجزائري (المؤسسة) من قبل مدير عام يساعد مدير عام مساعد ، ومجلس إدارة لم ينصب إلا بعد 06 سنوات من تاريخ صدور المرسوم التنفيذي الذي أشرنا له سابقا ، إن صلاحيات المدير ومجلس الإدارة يتناول المسائل المهمة و الحساسة و الإستراتيجية ، في حين يمثل المدير العام و يضمن التسيير و التنفيذ المهام و الأنشطة التي يحددها مجلس الإدارة .²⁷²
أما عن الهيكل التنظيمي للمؤسسة (ENTV) فإن التلفزيون الجزائري يتكون من مديريات ووحدات ويخضع هذا التقسيم إلى القرار الوزاري الصادر بتاريخ 24 جانفي 1987 ويستعرض أهم هذه المديريات كما يلي :

- 1- مديرية الأخبار: وهو القسم الذي يتم فيه إنجاز وبث الأخبار اليومية في نشريات رئيسية ومواجز الأنباء ، ذلك أن الوظيفة الإخبارية هي جوهر العمل التلفزيوني.
- 2- مديرية البرمجة : وبهتم هذا القسم بتوزيع المحتوى الإعلامي المنتج محليا و المستورد ليتناسب مع الوقت المحدد وهو يشبه إدارة التحرير في الصحف المكتوبة.
- 3- مديرية الشؤون المالية و التجارية : ويتولى كل الجوانب المالية الداخلية و الخارجية ، وتشمل كل علاقات المؤسسة الإعلامية التجارية مع شركائها ، وقد تدمج وتشمل هذه المديرية أيضا الشؤون الإدارية و التنظيمية للمؤسسة الوطنية للتلفزيون .
- 4- مديرية الشؤون الفنية و الهندسية: وهي التي تتولى بأقسامها المختلفة إرسال وبث الرسالة الإعلامية مثل أجهزة الإرسال و الصيانة .
- 5- مديرية البث والتخطيط : هي التي تتضمن حسن عمل التلفزيون ورفع كفاءة برامجه حيث تقوم بعمليات التقويم و التخطيط من أجل أن تستمر في تحسين الخدمة الإعلامية كما ونوعا إلى كما

²⁷² بوبيدي نجاة، عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع ،جامعة منتوري قسنطينة، ص85.

تتضمن بحث علاقة هذه الوسيلة الإعلامية بالجمهور المتلقى من خلال عمليات منظمة وعملية تعتمد على إحصائيات من خلال إتباع طرق عملية معينة كتحليل المحتوى ، وسبر الرأي .²⁷³
ونلاحظ أنه منذ عام 1991 لم تصدر مراسيم أو قرارات تعيد النظر في النظام الداخلى للمؤسسة خاصة بعد إنشاء القناة الفضائية canal alg و القناة الثالثة.

وقد تناولت المادة 11 من قانون 1990 موضوع مجلس الإدارة الذي يرأسه المدير العام للمؤسسة ويكون من مثل لوزارة الاتصال ، المدير العام للميزانية بوزارة المالية ، والمدير العام للخزينة بوزارة المالية ، وعنصرين من مجلس الأمة ، و عضوين من مجلس الشعب ، مختص في مجال الاتصال السمعي البصري ، و المحاسب الرئيسي .

وفي المشروع الجديد تشير بعض المواد إلى بعض الالتزامات منها :

- المادة الثالثة التي تناولت العمل على ترقية وتقوية استخدام اللغة العربية .
- المادة السادسة: والتي تنص على إلتزام المؤسسة في أي وقت بإنتاج وبرمجة تصريحات وبيانات الحكومة دون التقيد بالوقت بالإضافة إلى مواد أخرى تناولت ما يخص تنظيم²⁷⁴ القطاع السمعي البصري.

و يمكن القول انطلاقا من القوانين المسيرة للتلفزيون الجزائري أن هناك فقر في مستوى النصوص إذ لا يعقل أنتدخل المؤسسة القرن الحادي والعشرين بقوانين تعود إلى نهاية الثمانينات من القرن الماضي ، وأين كانت المؤسسة تهيمن فعلا على الفضاء الإعلامي الجزائري.

6- قنوات التلفزيون الجزائري :

يتكون القطاع السمعي البصري أساسا من قناة تلفزيونية واحدة بالإضافة إلى الإذاعة الوطنية وها تبعتان تحت إشراف الدولة ويكون التلفزيون الجزائري من القنوات التالية :

- 1- المؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV) : ثم بعدها بموجب القانون رقم 147-86 في 01 جويلية 1986 و هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تلعب دورا اجتماعيا وثقافيا ، تتمتع بشخصية معنوية في التسيير وتقع تحت إشراف وزارة الثقافة والاتصال ، يقوم عليها مدير عام يعين بمرسوم رئاسي وتمثل مهمتنا في الإعلام و التعليم ، بالإضافة إلى تعطية الحياة الوطنية الجمودية ،

²⁷³ نشرية النظرية، مرجع سابق ، ص 11-10. نقل عن نفس المرجع.

²⁷⁴ محمد شطاح ، مرجع سابق ، ص 11.

المحلية وحتى الدولية كما تضمن توفير وصيانة وتطوير الوسائل التقنية للإنتاج ، كما تقوم بتكوين وترقية العنصر البشري فيه بالإضافة إلى حفظ وتسيرا لأرشيف السمعي البصري.

2- قناة الجزائر **canal algérie** : أُسست في سنة 1994 وقد كان المدف من تأسيسها التواصل مع الجالية مع الجالية الجزائرية المقيمة في أوروبا وخاصة فرنسا ، حيث أن هذه الأخيرة تهتم بتوفير المعلومات الخاصة بتطورات الأوضاع في الجزائر خاصة فيما يخص المجال الأمني و السياسي و الاقتصادي و تسعى هذه القناة من خلال سياستها العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف :

- الحفاظ على مكانة الجزائر في مجموعة الدول الفرونكوفونية .
- تحسين صورة الجزائر في الخارج و الدفاع عنها .
- إعطاء قيمة للتحولات السياسية والاقتصادية الحاصلة في الجزائر.
- إبراز سياسات الانفتاح السياسي ، الاقتصادي و التي تم بإتباع طرق الشراكة وفتح مجال الاستثمار والإمكانيات المتوفرة لإتمام ذلك.
- التعريف بالموارد السياحية و التنوع الثقافي الموجود في الجزائر.

3- القناة الجزائرية الثالثة : ظهر مشروع إنشاء هذه القناة في نوفمبر 1998 وتم تنفيذه في ديسمبر 1999 وثم ظهر القناة الجزائرية الثالثة رسميا في 5 جويلية 2001.

وهي قناة تبث عبر القمر الصناعي - عربسات - وهي موجهة بالأساس للعالم العربي من أجل إيصال صورة أصدق عن الجزائر خاصة بعد الدعاية التي استهدفتها العشرية السوداء وهيتمكن من إقامة صلة دائمة بين الجالية الجزائرية بالخارج و في العالم العربي بالتحديد و البلد الأم وقد تم انطلاقها بناء على المقرر رقم 02-43 المؤرخ في 27 فيفري 2000 و المتضمن إنشاء مديرية مكلفة بمشروع القناة الفضائية وبثها عبر القمر الصناعي عربسات.²⁷⁵

بالإضافة إلى هذه القنوات هناك مجلة الشاشة الصغيرة و التي تصدر عن التلفزيون الجزائري ، تأسست في شهر فيفري 1995 وهي تحديداً أساساً إلى ترقية برامج التلفزيون وإنجاز روبورتاجات عن العالم السمعي البصري (مختلف المحطات الوطنية للتلفزيون ، و مختلف مصالحها)، وتعطية الملتقيات والندوات ، المؤتمرات ، الحفلات ، السهرات الفنية والشعرية ، أخبار عن الأفلام واستجوابات الفنانين و المثقفين الجزائريين و العرب والأجانب كذلك بحد المحطات الجمودية.²⁷⁶

²⁷⁵ نشرية النظرية ، مرجع سابق ، ص 13-14. نقلاب عن: راضية رقاد، المرجع السابق.

²⁷⁶ المرجع نفسه.

المبحث الثاني: المشاركة السياسية:

المشاركة السياسية في أي مجتمع هي محصلة نهائية لحملة من العوامل الاجتماعية الاقتصادية والمعرفية والثقافية والسياسية والأخلاقية؛ تضaffer في تحديد بنية المجتمع المعنى ونظامه السياسي وسماته وأدوات اشتغالهما، وتحدد نمط العلاقات الاجتماعية والسياسية ومدى توافقها مع مبدأ المشاركة الذي بات معلماً رئيساً من معالم المجتمعات المدنية الحديثة، المجتمعات التي أعاد العمل الصناعي وتقدم العلوم والتقانة والمعرفة الموضوعية والثقافة الحديثة بناء حياتها العامة وعلاقتها الداخلية، على أساس العمل الخالق، والمبادرة الحرة، والمنفعة والجدوى والإنجاز، وحكم القانون، في إطار دولة وطنية حديثة، هي تحرير عمومية المجتمع وشكله السياسي وتحديده الذاتي.

المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية:

المفهوم اللغوي: المشاركة من الفعل شارك، يشارك ،مشاركة ، وشارك فلان فلاناً أي وقعت بينهما شركة ، والمشاركة معناها المقاومة ، وهي من اللاتينية بحيث هي مؤلفة من كلمتين pars = جزء + capere = أخذ.²⁷⁷

المفهوم الاصطلاحي:

المشاركة السياسية:

أول تعريفات المشاركة السياسية هو ذاك الذي اقترحه "سامويل هنتنقتون samuel" و "جورج دومنجيز george dominguez" huntington في دراستهما عن التنمية السياسية . ويدهبان فيه إلى القول أن المشاركة السياسية ماهي إلا نوع من النشاط يقوم به المواطنون العاديون بهدف التأثير في عملية صنع القرار الحكومي .

ويرى السيد الزيارات في هذا الصدد أن هذا التعريف ضيق من ناحية وفضفاض من ناحية أخرى أما ضيقه فلأنه يعتبر المشاركة السياسية نشاط يقتصر على المواطنين العاديين وحدهم ولا يخص محترفي السياسة من ذوي المناصب السياسية ، وهذا حسبه تصور ضيق وغير صحيح لا يمثل الواقع السياسي ويتنافى مع ما يوحى مفهوم المشاركة ذاته ، ومن ثم لا يمكن قبوله أو الاعتزاد به إلا إذا كان المقصود به أن مشاركة محترفي السياسة أمر لا خلاف عليه وليس في حاجة إلى تنويه أو تأكيد، أما انه فضفاض

²⁷⁷ محمد بدوي وآخرون،قاموس Oxford المحيط،إنجليزي عربي،أكاديمياً لبنان ،ص 776

فذلك أنه لا يحدد طبيعة أو ماهية النشاط الجماهيري الذي يشير إليه، وما إذا كان نشاطاً مشروعًا أو غير مشروع ، سلمياً أو عنيفاً، منظماً أو غير منظم .

أما التعريف الثاني فقد طرحته "نورمان ناي norman nie" ، و "سيدني sidney verba" في باريسا ويتمثل مضمونه في أن المشاركة السياسية هي تلك الأنشطة المشروعة التي يمارسها المواطنين العاديون بهدف التأثير في عملية اختيار أشخاص الحكم وما يتخدونه من قرارات. يبدو أن هذا التعريف يتفق مع ساقهم من ناحية و يختلف عنه في ناحية أخرى ويمكن إدراج جهة الاتفاق في نقطة واحدة وهي التركيز على أنشطة المواطنين العاديين والتي كثيراً ما تحدثها تحصل في أوقات بعينها وليس دائمًا أو مستمرة والتي تسمى المشاركة الانتخابية، دون محترفي السياسة الذين تعتبر نشاطاتهم السياسية دائمة ، أما الاختلاف بين التعريفين فيتضح في نقطتين أساسيتين هما:

- الأولى تتعلق بنوعية النشاط الذي تمارسه الجماهير، والذي يقتصر على الأنشطة المشروعة وحدها.
- أما الثانية فتتمثل في التأكيد على أن نشاط الجماهير لا يقتصر على التأثير في عملية صنع القرار السياسي وحدها بل يشمل أيضًا عملية اختيار الحكمائهم .

و المشاركة السياسية هي قدرة مختلف القوى والفعاليات في المجتمع على التأثير في القرارات والسياسات بشكل مباشر أو غير مباشر، وذلك من خلال العديد من القنوات والمؤسسات.²⁷⁸

وهي أيضًا السلوك المباشر وغير المباشر الذي بمقتضاه يلعب الفرد دوراً في الحياة السياسية لجتمعه، وتكون لديه الفرصة لأن يؤثر في اتخاذ القرارات وتحديد الأهداف العامة في المجتمع وتحقيقها.²⁷⁹ يمكن تعريف المشاركة السياسية بأنها مجموع النشاطات الجماعية، التي يقوم بها الحكومون، وتكون قابلة لأن تعطيهم تأثير على سير عمل المنظومة السياسية.²⁸⁰

ويعرفها"بسيني إبراهيم حمادة"على أنها السلوك العرضي للفرد الذي يحدث في أوقات بعينها كالانتخابات والسلوك المستمر مثل الانتداء الحزبي .²⁸¹

²⁷⁸ بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وเทคโนโลยياً الاتصال والرأي العام، القاهرة: عالم الكتب، ط 1، 2008، ص 333.

²⁷⁹ المرجع السابق، الصفحة نفسها.

²⁸⁰ فيليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة د. محمد عرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، 1998، ص 301.

²⁸¹ بسيوني إبراهيم حمادة ، مرجع سبق ذكره، ص 333.

كما تعرف المشاركة السياسية أيضا على أنها أنشطة الأفراد المادفة إلى التأثير على صنع القرار السياسي، وهي إما فردية أو جماعية ، منظمة أو عفوية، موسمية أو مستمرة ، سليمة أو عنيفة ، فعالة أو غير فعالة ، شرعية أو غير شرعية .²⁸²

كما هي تلك الأنشطة الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع بهدف اختيار حكامهم أو مثليهم ،²⁸³ والمساهمة في صنع القرارات والسياسات على نحو مباشر كالانتخابات.²⁸⁴ وهي السلوك الإرادي للفرد الذي يحدث في أوقات بعضها كالانتخابات.

ويرى الكثير من علماء السياسة والمهتمين بعلم الاجتماع السياسي أنها (تلك المجموعة من الممارسات التي يقوم بها المواطنين، أو بها يضغطون بغية الاشتراك في صنع وتنفيذ ومراقبة تنفيذ، وتقدير القرار السياسي اشتراكا خاليا من الضغط الذي قد تمارسه السلطة عليهم) وهذا يعني أن للمواطن حقا دورا يمارسه في عملية صنع القرارات ، ومراقبة تنفيذها ، وتقديرها بعد صدورها فهي إذن مساهمة الفرد في أحد الأنشطة السياسية التي تؤثر في عملية صنع القرار و اتخاذة، والتي تشمل التعبير عن رأيه في قضية عامة، والعضوية الحزبية، والانضمام لمؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني أو التعاون معها، والترشح في الانتخابات، وتولي أي من المناصب التنفيذية والتشريعية.²⁸⁵

وتعرف أيضا: أنها هي تلك الأنشطة الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع بهدف اختيار حكامه ومثليهم ، والمساهمة في صنع السياسات والقرارات على نحو مباشر.²⁸⁶

وتعرف المشاركة السياسية أيضا على أنها أنشطة الأفراد المادفة إلى التأثير على صنع القرار السياسي ، وهي إما فردية أو جماعية ، منظمة أو عفوية، موسمية أو مستمرة ، سليمة أو عنيفة ، فعالة أو غير فعالة ، شرعية أو غير شرعية .

وتشكل المشاركة السياسية أساس الديمocratie نفسها: فمن خلال بسط الاقتراع وتوسيعه بمعدلات مختلفة ، من بلد لأخر ، ليشمل كل أعضاء الجماعة السياسية رجالا ونساء، وكذلك من خلال تنظيمه القانوني المشجع لحرية المجتمعات العامة ولوحدة الأحزاب والجمعيات ، ولحق الإعلان ، تتم عملية

²⁸² ثوت مكي، مرجع سابق ،ص 67.

²⁸³ نفس المرجع ،ص 65.

²⁸⁴ بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق ،ص 333.

²⁸⁵ محسن الندوی ، مشاركة الشباب في الحياة السياسية ودورها في تحصين كرامة الإنسان، 26/03/2009.. www.ahewar.org

²⁸⁶ ثوت مكي، الإعلام والسياسة(وسائل الاتصال والمشاركة السياسية)، القاهرة: عالم الكتب، ط 2005، 1، ص 65.

المشاركة السياسية وتعبيتها ، لأن هذه المشاركة وحدها تعطي للديمقراطية معناها الشرعي الحقيقي ، وفي إطار هذا المنظور المتفائل ، يشكل الإنسان حيوانا سياسيا يشعر بفائدة حقيقة تجاه "الشيء العام" ، ويشارك طوعيا في إدارته .²⁸⁷

المفهوم الإجرائي:

في ضوء ما سبق من تعاريف للمشاركة السياسية يمكن تعريفها على أنها "سلوكا سياسيا يمارسه المواطنون طوعية للمساهمة في صنع السياسة العامة ، والتخاذل القرارات على كافة الأصعدة والمستويات، واختيار النخب الحاكمة في مختلف الواقع ، ومراقبة الأداء الحكومي ، والتعبير عن الآراء في وسائل الاتصال المختلفة حول القضايا التي تفرض نفسها على أجندة امتحانات الرأي العام، وترتبط ممارسة هذا السلوك بما يتمتع به المواطنون منوعي بحقوقهم وواجباتهم السياسية، ودرجة اهتماماتهم بالمحليات السياسية على ارض الواقع، واتجاهات الأفراد وأرائهم نحو مفردات البيئة السياسية المحطة بما تشتمل عليه من نخبة حاكمة ، وأحزاب سياسية، ونظام انتخابي ، وما تبنياه الدولة من تشريعات وقوانين ، واطر مؤسسية لتنظيم الممارسة الديمقراطية.

بعارة أخرى، المشاركة السياسية مبدأ ديمقراطي من أهم مبادئ الدولة الوطنية الحديثة؛ مبدأ يمكننا أن نميز في ضوئه الأنظمة الوطنية الديمقراطية التي تقوم على المواطنة والمساواة في الحقوق والواجبات، من الأنظمة الاستبدادية، الشمولية أو التسلطية التي تقوم على الاحتقار. مبدأ يقيم فرقاً نوعياً بين نظام وطني ديمقراطي قوامه الوحدة الوطنية، وحدة الاختلاف والتنوع والتعارض الجدي، ونظام شمولي أو تسلطي قوامه التحاجز الاجتماعي وال الحرب الأهلية الكامنة التي يمكن أن تنفجر عنفاً عارياً وتدميراً ذاتياً في أي وقت. مبدأ سياسي وأخلاقي يقيم فرقاً نوعياً بين الحرية والاستبداد.

و تعتبر المشاركة السياسية من أهم القضايا التي يركز عليها علم الاجتماع السياسي في الوقت الراهن ، فهي عملية اجتماعية سياسية ، يعرفها بعض الباحثين بأنها: " العملية التي يلعب من خلالها الفرد دورا في الحياة السياسية مجتمعه وتكون لديه الفرصة للمشاركة في وضع وصياغة الأهداف العامة لذلك المجتمع، وكذلك أفضل الوسائل لتحقيق وتحقيق هذه الأهداف".²⁸⁸

²⁸⁷ أحمد سعيفان،قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية، عربي انجليزي فرنسي، مكتبة لبنان ناشرون، ط4، 2004، ص1.

334 - 335 ص.

²⁸⁸ محمد السويدى، علم الاجتماع السياسي (ميدانه وقضاياها)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ص176

كما تعد المشاركة السياسية حجر الزاوية و ركيزة أساسية للديمقراطية، يتوقف تطور هذه الأخيرة و نوها على إتاحة فرص المشاركة السياسية أمام فئات الشعب و طبقاته و جعله حقوقا يتمتع بها كل إنسان في المجتمع. كما أن المشاركة السياسية الجادة و المادفة هي التي تخلق معارضة قوية، و بالتالي تساعد على تدعيم الممارسة الديمقراطية و ترسيختها، و تحولها إلى ممارسة يومية عند الشعب، و هي من الوسائل الهامة لمقاومة الظلم و الجور و الاستبداد و لتحقيق هذا، كيف يجسد الشعب السلطة السياسية في الدولة؟²⁸⁹

والمشاركة السياسية أحد المباحث العملية ذات الأهمية الخاصة في دراسات العلوم السياسية ، كما أصبحت تشكل بؤرة اهتمام مشترك يفدي إليها الباحثون في سائر مجالات العلوم السياسية، وتثير شغف صانعي السياسة وجموع المواطنين لما تمثله من مكنة متاحة بوسعهم الإفادة منها وتوظيفها من أجل الصالح العام سيما وأن المشاركة السياسية غدت تمثل كما يرى الكثير من الباحثين مؤشرا مهما على مدى تخلف أو تطور البناء السياسي للمجتمع ، وثمة من يقولون إن المجتمع التقليدي يفتقر إلى المشاركة traditionel society is non participant.but في حين يتمتع المجتمع الحديث بها modern society is participant فإن الفارق السياسي بينهما يتمثل في مدى وجدية المشاركة السياسية التي تتوفر في كل منهما .

وتعتبر المشاركة السياسية من أهم القضايا التي يركز عليها علم الاجتماع السياسي في الوقت الراهن ، فهي عملية اجتماعية سياسية ، يعرفها بعض الباحثين بأنها: " العملية التي يلعب من خلالها الفرد دورا في الحياة السياسية مجتمعه وتكون لديه الفرصة للمشاركة في وضع وصياغة الأهداف العامة لذلك المجتمع، وكذلك أفضل الوسائل لتحقيق وتحقيق هذه الأهداف".²⁹⁰

و من منظور التحليل النسقي للنظام السياسي ، للمشاركة السياسية طابع وظيفي ، إذ تدعم النسق وتضفي عليه مظها ديمقراطيا ..، وتنشر عن قراراته، وتقوى من مراكزه الشعبية ، وتحصر إحتمالات الإخلال بالنظام السياسي باللجوء إلى العنف كفعل من خارج قنوات المشاركة السياسية ، وعليه فإن المشاركة السياسية لا تنفصل عن الوعي السياسي المتحصل بالتنشئة السياسية.، ولا تنفصل عن الثقافة السياسية للمجتمع،ثقافة تبني روح المشاركة وتحمل المسؤولية أو ثقافة تبني روح الاعتزاب و الانكفاء عن الذات.²⁹¹

²⁸⁹ <http://forum.alnel.com/thread-5728.html>

²⁹⁰ محمد السويدى، مرجع سابق، ص 176.

²⁹¹ إبراهيم أبراش، مرجع سابق ، ص 241.

وبناءً على التعريفات السابقة ، يطرح "السيد عبد الحليم الزيات" تعريفاً للمشاركة السياسية يؤكّد فيه على أن "المشاركة السياسية عملية اجتماعية سياسية طوعية و رسمية، تتضمن سلوكاً منضماً مشروعًا و متواصلاً، يعبر عن اتجاه عقلي رشيد ينمّ عن إدراك عميق لحقوق المواطن و واجباتها ، من خلالها يباشر المواطنون أدواراً وظيفية فعالة و مؤثرة في ديناميات الحياة السياسية و مخرجاتها ، سواء من حيث اختيار الحكام و القيادات السياسية في شتى المستويات ، أم تحديد الغايات العليا للمجتمع و وسائل تحقيقها ، المعاونة في إدارة آليات العمل السياسي و توجيهها ، أم الإسهام جدياً- على نحو مباشر أو غير مباشر- في صنع القرار السياسي و تشكيله فضلاً عن تنفيذه و متابعته بالمتاح أو المستحدث من فعاليات الرقابة والضبط و التقويم²⁹².

و لعل من الواضح أن هذا الفهم لعملية المشاركة السياسية ذو أبعاد عديدة ، تستوعب كافة أوجه النشاط و الأدوار التي تضمنتها التعريفات السابقة ، و تتجاوز في الوقت نفسه جوانب الإختلاف بينها ، يمكن القول أن المشاركة السياسية هي جوهر المواطن و حقيقتها العملية، و هي التي تحدد الفارق النوعي بين الرعایا و المواطنين و بين الامتيازات و الحقوق.

وتدرج المشاركة السياسية ضمن المشاركة الجماهيرية التي تنقسم إلى ثلاثة أنواع رئيسية: المشاركة الاجتماعية و المشاركة الاقتصادية و المشاركة السياسية. وإن كانت هناك صعوبة عند الفصل بين هذه الأنواع في الواقع العملي لارتباط هذه الأنواع مع بعضها ارتباطاً قوياً و تداخلها تداخلاً قوياً و تأثير كل نوع في النوعين الآخرين و تأثره بهما تأثراً كبيراً.²⁹³

1- تعرّف المشاركة الاجتماعية على أنها تلك الأنشطة التي تهدف إلى التغلب على بعض المشكلات العملية اليومية، وتسهم في تحقيق قدر من التضامن والتكافل بين أعضاء المجتمع وذلك في مجالين أساسيين :²⁹⁴

الأول: هو الجهد التطوعية كبناء المساجد أو المدارس أو المستشفيات بالمساهمة بالمال والأرض في إنشائها.

و الثاني: هو حل المشكلات اليومية والخلافات التي قد تنشأ بين الأفراد أو الجماعات في المجتمع. فالمشاركة الاجتماعية ظاهرة اجتماعية تحدث نتيجة تفاعل الفرد وتعامله مع أفراد مجتمعه وجماعاته ومنظمهاته ومؤسساته، وتخالف درجة استجابة المواطن لتلك المشاعر وفقاً لعدة عوامل بعضها نفسي

²⁹² إسماعيل علي سعد، السيد عبد الحليم الزيات، في المجتمع و السياسة، ص 451.

²⁹³ مركز دمشق للدراسات النظرية والإسهامات . مرجع سابق.

²⁹⁴ المرجع نفسه.

كسماته وقدراته النفسية والعقلية وبعضاها اجتماعي كظروف التنشئة الاجتماعية ، كما تخضع المشاركة للظروف والعوامل الاقتصادية والسياسية والتربوية لشخصية الفرد ومجتمعه.

2- المشاركة الاقتصادية هي مشاركة الجماهير في مشاريع التنمية الاقتصادية وذلك بمساهمة في وضع قراراتها وتمويلها وتنفيذها. كما قد تعنى الأنشطة التي تقوم بها الجماهير لدعم الاقتصاد القومي مثل دفع الضرائب والرسوم وغيرها. كما قد تعنى أن يقوم الفرد بضبط إنفاقه بحيث يكون استهلاكه في حدود دخله وبما يسمح له بوجود فائض على الدوام يدعم الاقتصاد الوطني. مع توفر درجة من الوعي تجعله يقاطع التجار الذين يغالون في رفع الأسعار أو يحجبون سلعاً معينة عن المستهلكين.²⁹⁵

3- المشاركة السياسية تعنى تلك الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطنون بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات أو السياسات.

وتتجلى أهمية المشاركة السياسية في أنها الآلة الأساسية في إرساء البناء المؤسسي للدولة، والتحديث السياسي، من تخلف المؤسسات السياسية وعجزها عن تلبية مطالب الفئات الجديدة، وطموحاتها ، وعدم مواكبتها للتغيرات السياسية والاجتماعية ، ومن ثمة تفقد شرعيتها ، وكما حدد هننتجتون أن هناك علاقة بين المشاركة السياسية والمؤسسات السياسية ، فهو يرى لن استقرار الأنظمة السياسية من عدمه مربط بالعلاقة بين المتغيرين الآخرين، فالمشاركة السياسية هي نتاج العمليات الاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بالتحديث ، وتأثير التحديث على الاستقرار السياسي ، يعكس من خلال التفاعل بين التعبئة الاجتماعية والاقتصادية ، وبين الإحباط الاجتماعي ، وفرض الحركة السياسية، وبين المشاركة والمؤسسة السياسية.²⁹⁶

ومهما يكن فالمشاركة السياسية تشمل كل ما يلي:

1 _ مجموعة التصرفات التي من خلالها تنقل الجماهير مطالبها إلى الصفة الحاكمة ، وكذلك تلك التي تدعم بها الجماهير الصفة.

2 _ جملة الجهد التي تبذلها الجماهير بهدف التأثير في سلوك الحكام ، وكذلك تلك التي تقوم بها وهي بقصد اختيار القيادات السياسية على المستويين المحلي والقومي، وتتضمن هذه الجهد عمليات التصويت في الانتخابات ، ومحاولات الضغط على الصفة إلى هذه الصفة ، والتظاهر... وغيرها من العمليات التي تعتبر مشروعة طبقاً للقوانين السائدة داخل المجتمع.

²⁹⁵ المرجع نفسه.

²⁹⁶ ناجي عبد النور، المدخل إلى على السياسة، الجزائر، عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007، ص 122.

3 _ عمليات التمثيل البرلاني: وهي تمثل إحدى صور المشاركة الهامة في المجتمعات المعاصرة التي تتسم بضخامة عدد سكانها، على نحو لا تناح للمواطنين في ظله إمكانية المشاركة المباشرة في إدارة شؤون الحكم.

4 _ تقلد المناصب السياسية الرسمية والمشاركة في الاجتماعات العامة، والارتباط بالأحزاب السياسية أو الجماعات الضاغطة ، وإنفاق جانب من الوقت في الاهتمام بالمسائل العامة.

5 _ محاولات تغيير الواقع السياسي.

6 _ تأليف الكتب ونشر المقالات التي تنصب على معالجة وتوسيع أمور المجتمع قاطبة.

7 _ قراءة الكتب والصحف والمجلات، والاستماع إلى ما تقدمه الإذاعات ووكالات الأنباء من تحليلات تتصل بالشؤون العامة.

8 _ يرى البعض أن العزلة حينما تكون تعبيرا عن رفض الوضع السياسي القائم _ تمثل إحدى صور المشاركة السياسية.

المشاركة السياسية تمثل أساس الديمقراطية: لغرض توسيع انتخاب شامل وموسع لإيقاعات مختلفة -من بلد آخر ، لدى كل الأعضاء في المجتمع السياسي رجال ونساء ، المشاركة في التجمعات القانونية التي تشجع على حرية الرأي العام ، تحقيق الأهداف و الاتصال الاجتماعي ، حق الإعلان ، يكده ، يجهد نفسه يستنفر يعيي المشاركة لدى المواطنين هي معطى واحد من الديمقراطية الحقيقة المشروعة ، في هذا المنظور المتفائل الشخص يصبح يمثل جيدا حيوان سياسي الذي يدل على مصلحة حقيقة على اعتبار الشيء العام يشارك إراديا في شؤون مجتمعه.

المطلب الثاني: صور و أنواع المشاركة السياسية:

²⁹⁷ وهي كالتالي:

- المتابعة السياسية للقضايا والأحداث.
- المشاركة بالتصويت والترشيح في الانتخابات العامة والتوعية.
- الاشتراك في الحملات السياسية ، مثل توعية الجمهور بقضية التسجيل في جداول الانتخابات ، والمشاركة في التصويت .

²⁹⁷ فتحي شهاب الدين، وعصام العريان، أوراق في التربية السياسية، الضياء للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص 51-52.

- الاشتراك في المظاهرات والمسيرات والاضطرابات بهدف التأثير على القرار السياسي.

- المشاركة في الندوات والمؤتمرات، و الصالونات السياسية.
- الإسهام في مشروعات الخدمة الاجتماعية والجهود الذاتية.
- الانضمام إلى حزب سياسي أو جماعة ضغط بصورة نشطة.

المطلب الثالث: أساليب ومستويات المشاركة :

مستويات المشاركة السياسية عديدة ومتنوعة، فلا توجد وسيلة وحيدة أو مستوى واحد للمشاركة السياسية في الحياة السياسية، كما أن هذا النوع من المشاركة يختلف من حيث المتطلبات والالتزامات، ومن حيث المشروعية من عدمها أيضاً، زيادة على هذا فالمشاركة السياسية تتبع داخل النظام السياسي الواحد ، وتتغير وتحتفل باختلاف الزمن ومتطلبات ومقتضيات التطور، وتبعاً لطبيعة الغايات والأهداف ونوعيتها، هذه الأخيرة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال مشاركته في الحياة السياسية.²⁹⁸

وهناك عدة تصنيفات لمستويات المشاركة في الحياة السياسية من بينها التصنيف الأول الذي يرى أن للمشاركة السياسية أربعة مستويات :²⁹⁹

أ - المستوى الأعلى : وهو ممارسو النشاط السياسي:

ويشمل هذا المستوى من توافر فيهم ثلاث شروط من ستة : عضوية منظمة سياسية، والتبع لمنظمة أو مرشح، وحضور الاجتماعات السياسية بشكل متكرر، والمشاركة في الحملات الانتخابية، وتوجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للمجلس النيابي ، ولذوي المناصب السياسية أو للصحافة، والحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد.

ب - المستوى الثاني : المهتمون بالنشاط السياسي

:
ويشمل هذا المستوى الذين يصوتون في الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث على الساحة السياسية.

ج .- المستوى الثالث : الهماسيون في العمل السياسي
ويشمل من لا يهتمون بالأمور السياسية ولا يميلون للاهتمام بالعمل السياسي ولا يخصصون أي وقت

²⁹⁸ للمزيد ارجع إلى: السيد عبد الحليم الزيات، مرجع سبق ذكره، ص 462.

²⁹⁹ محسن الندوى، مرجع سابق.

أو موارد له، وإن كان بعضهم يضطر للمشاركة بدرجة أو بأخرى في أوقات الأزمات أو عندما يشعرون بأن مصالحهم المباشرة مهددة أو بأن ظروف حياتهم معرضة للتدهور.

د - المستوى الرابع : **المتطرفون سياسيًا Excessive Participation** : وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة، ويلجئون إلى أساليب العنف. والفرد الذي يشعر بعداء تجاه المجتمع بصفة عامة أو تجاه النظام السياسي بصفة خاصة إما أن ينسحب من كل أشكال المشاركة وينضم إلى صفوف اللاماليين، وإما أن يتوجه إلى استخدام صور من المشاركة تتسم باللحدة والعنف.

في حين توصل كارل دوتش في دراسة له في السبعينات أن للمشاركة السياسية ثلاثة مستويات

300 وهي:

المستوى الأول: وهو الأعلى، ويتضمن النشاط في العمل السياسي.

وقد وضع كارل ستة شروط لابد أن توفر في شخص ما ليستطيع الانتماء إلى هذه الفئة وهي:
- العضوية في منظمة سياسية.

- التبرع لمنظمة سياسية أو الترشح في الانتخابات العامة.

- حضور اجتماعات سياسية بشكل دوري.

- المشاركة في الحملات الانتخابية.

- توجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للسلطة التنفيذية أو النيابية أو للصحافة.

- الحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاقدائرة الضيقة المحيطة بالفرد .

المستوى الثاني: يشمل المهتمين بالنشاط السياسي، وأهمهم الذين يدللون بأصواتهم في الانتخابات

ويتابعون بشكل عام ما يحدث في الساحة السياسية.

المستوى الثالث: الذي يشمل من يشاركون بشكل موسمي في العمل السياسي أو يشاركون اضطراريا في أوقات الأزمات أو عندما تكون مصالحهم مهددة.

غير أن "جيمس أندرسون" يرى في دراسته لصناعة السياسات العامة(النظام الأمريكي كمثال على ذلك) أن هناك عدة اطر وقنوات رسمية وغير رسمية ذات دور مباشر أو تأثير غير مباشر في صياغة وتنفيذ وتقسيم السياسة العامة، ومنها الرئيس ومستشاريه، المجالس التشريعية(الفدرالية والكونغرس أيضا)الجهاز

³⁰⁰ Karl w.deutsch,"social mobilisatin and political development" in american political science review.(September 1961) p.34.

³⁰¹ Karl w.deutsch. p.34.

الحكومي، الجهاز الإداري، المحاكم، الأحزاب، الناخبين، الجماعات الضاغطة، وسائل الإعلام ، الرأي العام، والمواطن، مع التأكيد على بعض العوامل الثقافية والفكرية المشكلة للبيئة السياسية لصنع السياسات العامة كالثقافة السياسية، الإيديولوجية، الظروف الاجتماعية والاقتصادية.³⁰²

ومن هنا يعدد جيمس أندرسون مستويات المشاركة السياسية إلى ثلاثة وهي المستوى الجزئي، المستوى الفرعي، المستوى الكلي. فأما عن المستوى الجزئي فهو حسب أندرسون يتميز بخصوصية ومحدودية القضايا المثارة من قبل المواطنين وعدم عموميتها، حيث أن المتأثرين والمنتفعين بل والمشاركين فيع هم قلة مقارنة مع المجموع الذي لم يتاثر.³⁰³ وأما عن المستوى الفرعي فيذكر أندرسون أنه يطلق عليه أيضاً مجموعة السياسات الفرعية أو التحالفية وفي بعض الحالات الوحدات الحكومية الفرعية ، في حيث أن المستوى الثالث وهو المستوى الكلي يستقطب القضايا الكلية، وتنتمي فيه الاهتمامات والمشاركات السياسية من قبل الأفراد، وكل الأطراف والفاعلين السياسيين الرسميين وغير الرسميين، الذين يدللون بيادلهم في هذه القضايا، وبذلك تسع دائرة المشاركين.³⁰⁴

وهناك تصنيفات مختلفة لمستويات المشاركة السياسية وفي كثير من الدراسات ظاهرة ذات بعد واحد (Unidimensional Phenomenon)، وعلى هذا الأساس تمثل هذه الدراسات إلى " إدراج عملية المشاركة ضمن السياق العام لعملية الانتخاب ، ومن توحد بينها وبين عملية التصويت voting)، وتضييف إليها أحياناً بعض النشاطات الخاصة بالحملات الانتخابية "³⁰⁵ ، ويعتقد بعض الباحثين في المجال أيضاً "أن ما يعتد به في عملية المشاركة ليس هو نمط الفعل الذي يأتيه الفرد بل مقدار ما يسهم به فعلاً في الحياة السياسية، وحجتهم في ذلك أن كل معايير الانغماط والمشاركة في الحياة السياسية غالباً ما تكون على درجة عالية من الترابط بحيث يمكن إحلال بعضها محل الآخر لأغراض التحليل"³⁰⁶، كما أن هناك فريقاً آخر يرى أنه هناك تدرجًا هرمياً في الأفعال السياسية،

³⁰² جيمس أندرسون، صنع السياسات العامة، ترجمة عامر الكبيسي، الأردن ، عمان: دار المسيرة، 1999، ص 67.

³⁰³ المرجع نفسه، ص 70.

³⁰⁴ عن المرجع نفسه، ص 71

³⁰⁵ Berelson, Bernard. R, Paul F. Lazarsfeld and William. N. Mc Phee, voting, a study of opinion formation in a presidential campaign (Chicago, the university of Chicago press, 1954), p.68.

³⁰⁶ Lester W. Milbrath and M.L Goel, Political Participation: how and why do people get involved in politics? (Chicago, Rand Mc Nally, 1977) p.89.

والدليل على ذلك أن من يشارك في المهام الصعبة يشارك أيضاً بنفس الدرجة في المهام الأكثر سهلاً.³⁰⁷

وتعبر عن هذا كله، تعددت تصنيفات المنظرين لمستويات المشاركة السياسية، حيث أجرى كال دوتش ف «Karl Deutsch»³⁰⁸ في بداية السبعينات دراسة حدد فيها ثلات مستويات هي كالتالي:

المستوى الأول : وهو الأعلى ، ويتضمن النشطاء في العمل السياسي³⁰⁹ .

المستوى الثاني : يشمل المهتمين بالنشاط السياسي، وأهمهم الذين يدلون بأصواتهم في الانتخابات ويتبعون بشكل عام ما يحدث في الساحة السياسية.

المستوى الثالث: يشمل الذين يشاركون بشكل موسمي في العمل السياسي أو يشاركون اضطرارياً في أوقات الأزمات أو عندما تكون مصالحهم مهددة.

في حين يرى جيمس أندرسون "James Anderson" في دراسته لصناعة السياسات العامة (النظام الأمريكي كمثال)، "أن هناك عدة اطر وقنوات رسمية وغير رسمية ذات دور مباشر أو تأثير غير مباشر في صياغة وتنفيذ وتقديم وتغيير السياسة العامة بحسب وزن كل منها، ومن أهمها الرئيس ومستشاريه، المجالس التشريعية (الفدرالية والكونغرس أيضاً)، الجهاز الحكومي، الجهاز الإداري، المحاكم، الأحزاب، الناخبين، الجماعات الضاغطة، وسائل الإعلام، الرأي العام و المواطن مع التأكيد على بعض العوامل الثقافية و الفكرية المشكلة للبيئة السياسية لصنع السياسات كالثقافة السياسية، الأيديولوجية، الظروف الاجتماعية و الاقتصادية"³¹⁰.

وأشار بناء على ذلك إلى "أن المشاركة السياسية للمواطنين حتى في أكثر الدول ديمقراطية تظل محدودة وغير مؤثرة، فكثيرون هم الذين لا يشاركون في الإدلاء بأصواتهم ولا يتبنون لأحزاب ولا يتصلون بجماعات مصلحة وليس لهم انشغالات أو اهتمامات سياسية، وان دل هذا على شيء فإنما يدل على أن للمشاركة السياسية مستويات".

³⁰⁷ Norman H. Nie and Sidney Verba, « political participation», in: Greenstein and polsby (eds), Hand book of political science, vol .04 (US. Wesley Publishing Company, 1975) p.14.

³⁰⁸ Karl W. Deutsch, « Social Mobilisation and Political Development» in American political science review, (September 1961) p.34.

³⁰⁹ Ibid., p.35.

³¹⁰ جيمس أندرسون، صنع السياسات العامة، ترجمة عامر الكبيسي، عمان، دار المسيرة، 1999، ص 67.

لكن مهما يكن من أمر فان ذلك لا يعني إلا بعض الحالات القليلة، فمصالح ورغبات الأفراد لها

أهمية مؤثرة في تقرير

السياسات العامة حتى في الأنظمة الشمولية و التسلطية التي تسعى لإرضاء مواطنها و الاستجابة لانشغالاتهم للتخفيف من حدة سلطتها عليهم"³¹¹

ومن ثمة يعدد مستويات المشاركة السياسية إلى ثلاث : المستوى الجزئي، المستوى الفرعي ، المستوى الكلي.

المستوى الجزئي: يتميز بخصوصية وحدودية القضايا المثارة من قبل المواطنين و عدم عموميتها، حيث أن المنتفعين بل والمشاركين فيه هم قلة مقارنة مع الجموع الذين لم يتأثر.³¹²

مستوى الفرعي: يطلق عليه أيضا " مجموعة السياسات الفرعية أو السياسات التحالفية". وأحيانا " الوحدات الحكومية الفرعية" ، وتظهر النظم الفرعية لتفاوت اهتمام الأفراد بموضوعات السياسة العامة.

المستوى الكلي: تستقطب القضايا الكلية في هذا المستوى اهتمام، ومشاركة كل الأطراف والفاعلين السياسيين الرسميين وغير الرسميين، الذين يدولون ببدائلهم في هذه القضايا، ويدل ذلك تتسع دائرة المشاركين.³¹³

أما غابريال الموند "Powell" و بنجام باؤل "Gabriel Almond" فيريا أن هنا

مستويين للمشاركة السياسية:

أـ نشاطات المشركون³¹⁴: وهي التي يقوم من خلالها المواطن العادي ببعض المحاولات للتأثير على صنع السياسة، كما يمكن للمواطنين أن ينخرطوا و يساهموا في كل وظيفة من هذه الوظائف، فيما يتعلق بوظيفة التعبير عن المصالح، فان المواطنين يتقدمون بطلبات والتماسات من اجل سياسات معنية قد تقتصر على طلبات شخصية أو عائلية كان يقوم جندي سابق بالكتابة إلى عضو الكونغرس من اجل ضمان مساعدته في الحصول على بعض المزايا والمنافع التي يستحقها، وهي ظاهرة عامة في جميع النظم

³¹¹ على هذا الأساس يورد جيمس أندرسون James Anderson بعض الأمثلة عن بعض الشخصيات التي كان لها دور واثر

مباشر في صناعة السياسات العامة من منطق قناعتها ونظالاتها مثلما فعله "فرنسيس تاوشناند" عام 1930 في تشريع سياسات

الضمان الاجتماعي، كذلك ما قام به "مارتن لوثر كينغ" عام 1960 في مجال الدفاع عن حقوق السود. عن المرجع نفسه،

ص 68.

³¹² جيمس أندرسون، المرجع السابق، ص 70.

³¹³ المرجع نفسه، ص 71.

³¹⁴ غابريال الموند، بنجام باؤل، السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر – نظرة عالمية –، تر. هشام عبد الله، ط.05. عمان: الدار

الأهلية للنشر والتوزيع، 1997، ص. 84.

السياسية بما فيها النظم التسلطية ، كذلك يمكن للمواطنين الانضمام إلى جماعات مصلحية قد تشمل جماعات رسمية مثل الجماعات المهنية كالجمعية الطبية الأمريكية، إلى جانب الجماعات المحلية غير رسمية مثل الذين يقومون بالتوقيع على عريضة أو التماس مقدم إلى مجلس المدينة، بل وقد تشمل التجمعات التلقائية الغاضبة لسكان المناطق الفقيرة الذي قد ينفجر غضبهم — بسبب فقرهم وعدم العدالة في معاملتهم — في صورة شغب واضطرابات .

أما نشاطات تجميع المصالح فهي تلك النشاطات التي يقدم المواطن من خلالها تأييداً سياسياً نشاط — تقديم موارد سياسية إلى زعيم سياسي أو إلى جماعة سياسية ، وهناك نوعان رئисيان هما : التصويت والمشاركة في الحملات الانتخابية التنافسية .

بالنسبة للمشاركة في صنع السياسة العامة ، فقد يشارك المواطن بصورة مباشرة في هذه العملية عندما يتم مثلاً إجراء استفتاء حول القضايا الرئيسية للبلاد . " لكن عموماً السياسات الوطنية لا يمكن تقريرها بشكل مثمر عن طريق المشاركة الجماهيرية ، فصياغة القوانين مثلاً عملية معقدة ، لكن مشاركة المواطن على المستوى المحلي تعد أكثر جدواً ذلك لأن لدى المواطنين معارف أفضل من المواضيع والأحداث 315 ."

ب - نشاطات التابعين : وهي تلك التي تكون فيها مشاركة المواطن العادي فقط من خلال تنفيذ وتطبيق السياسة ، فالمواطنون يستجгиون للقوانين التي يتم إقرارها من خلال دفع الضرائب وتلقي الإعانات الحكومية وطاعة القوانين . حيث أن أحد أكثر الأدوار انتشاراً بين المواطنين وهو دوره كداعع للضرائب ، وقد أثار هذا الدور من المقاومة للجهود السلطانية إلى فرض الانتصاع على المواطنين أكثر من أي موضوع آخر ، فالثورة على الضرائب من الظواهر المتكررة في التاريخ السياسي للعديد من الأمور فيما استعمال وسائل وأدوات متعددة لإرغام المواطنين على الطاعة عند توفير الدولة للموارد الضرورية ، اللو م أمثلًا تعتمد بصورة مكثفة على الضرائب في الدخل المباشر ، وتكون إدارة الضرائب بمتابعة ومراقبة ضرائب المواطنين ، كما تستعمل العديد من حكومات الولايات مجموعة من الضرائب غير مباشرة مثل ضرائب المبيعات .³¹⁶

من الناحية الأخرى فإن أدوار المواطنين كمستفيدین من المنافع الحكومية يتم القيام بها باستعداد وتقبل أكثر ، على الرغم من أن الإدارات الحكومية في هذه الحالة يجب أن تقوم بحملات إعلامية عامة لإعلام المواطنين بتوفير هذه المنافع وبكيفية الحصول عليها .

³¹⁵ غابريال الموند ، بنجهام باول ، المرجع نفسه ، ص.86.

³¹⁶ غابريال الموند ، بنجهام باول ، روبرت مندت ، سياسة المقارنة، إطار نظري ، المراجع السابق ، ص.136.

أما صاموئيل هنتنغتون Samuel Huntington فيرى في دراسته لظاهرة التحديث السياسي للدول العالم الثالث أن للمشاركة السياسية ثلاثة مستويات مترتبة بتطور المجتمعات :

- المستوى الأول : تكون فيه المشاركة السياسية منخفضة جداً باقتصرارها على نخبة صغيرة من الأرستقراطيين التقليديين أو البيروقراطيين .

- المستوى الثاني : هو مستوى تكون فيه المشاركة السياسية متوسطة وذلك لدخول الطبقة الوسطى معتزك السياسة .³¹⁷

- المستوى الثالث : هو مستوى تكون فيه المشاركة السياسية مرتفعة ، ويعزى لها دخول النخبة والطبقة المتوسطة في الحياة السياسية ويوصف هذا المستوى بأنه صفة أساسية من صفات النظام البريوري .

وبناءً على هذا فإن المستوى الأول هو مستوى يميز من حيث التأسيس السياسي شكل الحكم الإمبراطوري المركزي أو الملكية الإقطاعية ، أما المستوى الثاني يخص شكل الحكم التمثيلي حيث تكون مجالس برلمانية منتخبة بشكل محدود ، أما المستوى الثالث يميز المجتمعات التي تلعب فيها الأحزاب أدواراً أساسية وليس ثانوية بحيث تصبح مصدراً لشرعية السلطة ونظام الحكم وهو نظام جماهيري ، ففي هذه الحالة يكون الحسب السياسي مؤسسة سياسية مهمة وبديلة نظراً لضعف المؤسسات السياسية التقليدية وعدم قدرتها على التكيف مع المعطيات الجديدة الناجمة عن عملية التحديث السياسي بحيث أنه يعمل على تنظيم المشاركة السياسية .³¹⁸

في محاولة أخرى لتحديد مظاهر وأساليب المشاركة السياسية يقول "مايكيل راش" Micheal Rush و "فيليب ألتوف" Philippe Althoff أن " ثمة شيء من الصعوبة عند الإشارة إلى الصيغ العديدة للمشاركة السياسية بغض النظر عن النمط السياسي محل البحث ... ومن المهم على أي حال أن نضع على اعتبارنا المجال الكلي للنشاط السياسي ، وأن نتبين ما إذا كان هناك نوع من التدرج المرمي بين هذه الأنشطة أم لا "³¹⁹ . ولعل أبسط وأكثر تدرج هرمي ذو دلالة في هذا الصدد وهو ذاك الذي يضع في اعتباره درجة وسياق المشاركة ذاتها مثلما يتجلى فيما يلي :

الشكل رقم (01) : تدرج المشاركة السياسية عند " راش" و " ألتوف "

³¹⁷ Samuel Huntington , Political Order in Changing Societies , New Haven : Yale University Press .1968. p.60

³¹⁸ Ibid ,p.63.

³¹⁹ M.Rush and Ph .Althoff, An Introduction To Political Sociology , (London : Thomas Nelson and sons LTD ,1971) p.76.

تقلد منصب سياسي أو إداري

السعي نحو منصب سياسي أو إداري

العضوية النشطة في تنظيم سياسي

العضوية غير الفعالة في تنظيم

العضوية النشطة في تنظيم شبه سياسي

العضوية غير الفعالة في تنظيم شبه سياسي

المشاركة في الاجتماعات العامة والمظاهرات

المشاركة في المناقشات السياسية غير الرسمية

الاهتمام بالأمور السياسية

التصويت

اللامبالاة التامة

يدرك هذان الباحثان أن هذا التدرج يغطي مجال المشاركة السياسية ككل ، ويحتمل التطبيق في مختلف النظم السياسية ويضيفان إلى ذلك أن الأهمية الخاصة لكل مستوى من مستويات هذا المدرج من المحتمل أن تختلف من نظام إلى آخر ، كما أن ثمة مستويات معينة قد تكون على درجة كبيرة من أهمية في نظام ما ، وذات أهمية أقل في نظام آخر .

غير أن هناك العديد من الملاحظات تأخذ على هذا التدرج ، أولها تتعلق بقيمة التدرج ذاته ، أي بالأسلوب الأول للمشاركة وهو الأسلوب الخاص بتقلد منصب سياسي أو إداري ، ووجه الانتقاد هنا هو أن هذين الباحثين يضعان شاغلي المناصب السياسية و رجال الإدارة في مستوى واحد من القوة والنفوذ ، وهذا غير صحيح لاختلاف دور رجال الإدارة وتبعيتهم للسلطة رجال السياسية دائمًا ، فرجال السياسة هم الذين يبدهم سلطة اتخاذ القرار ، في حين يقتصر دور رجال الإدارة على تنفيذ هذا القرار أو اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتنفيذها على الأقل³²¹ كما أن المشاركة من خلال العضوية في التنظيمات السياسية أو الشبه السياسية لا تعبر دوما عن مشاركة سياسية شعبية³²² .

³²⁰ M.rush an Ph.Althof ,.p77.

³²¹ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص. 465

³²² Banes , Samuel and Max Kaase , Political action : Mass Participation in Five Western Democracies ,(Beverley Hills . CA : Sage.1979) p87.

أما المشاركة في المجتمعات و المؤتمرات العامة ، أو في المظاهرات و المسيرات الشعبية وما من أساليب مشابهة فهي لا تعدو أن تكون نوعا من المشاركة التعبوية الموجهة من قبل الحزب الحاكم أو الطبقة المسيطرة على موقع القوة، ومن ثم لا يمكن اعتبارها من قبيل من السلوك التطوعي النابع عن إدارة المشاركون فيها ، كما أنها لا تتسم بالدؤام والاستمرار ، ولا تمثل مؤشرا حقيقيا على التزام المشاركون فيها أو اقتناعهم التام بأهدافها .³²³

وأخيرا فإنه لا يمكن اعتبار اللامبالاة التامة Total apathy أسلوبا من أساليب المشاركة كما يقول " راش " و " التوف " إذ هي تعبر صريح عن أزمة المشاركة السلبية أو أسلوبا من أساليب الاحتجاج .³²⁴

جدير بالذكر هنا ، أن ما تقدم من تحفظات وانتقادات لا يعني رفض كل ما تضمنه التدرج السابق من أساليب و مظاهر متنوعة للمشاركة السياسية ، و لا يعني كذلك إنكار ما لهذه الأساليب من أهمية و فعالية في الحياة السياسية ، فمن المناسب بل من المفيد دمج أو اختزال مستويات التدرج السابق وأساليب المشاركة التي يتضمنها والتي لا يتضمنها في عدد محدود من الميكانيزمات الأساسية التي يمكن الاتفاق عليها بسهولة ، ولا يعدم وجودها في هذا المجتمع أو ذاك .

وعلى هذا الأساس سيكون البحث هنا منصبا أساسا على عملية التصويت والأنشطة الانتخابية من ناحية والانتماء التنظيمي والنشاط الجماعي كأساليب اتفاقية للمشاركة السياسية من ناحية أخرى ، فضلا عن المبادرات الفردية وأساليب الاحتجاج بوصفها من الأساليب التي يتضمنها التدرج السابق وتمثل في الوقت نفسه نمطا شائعا في كثير من الأنظمة السياسية ، وأخيرا العنف السياسي بأشكاله المتعددة³²⁵ يمثل الأساليب غير الاتفاقية.

و يقول "ويليام .F.Stone" : " إن التصويت في الانتخابات هو الصيغة الدنيا والأكثر انتشارا لانغماس الذات (ego involving) في المشاركة السياسية"³²⁶، كونه يتطلب حدا أدنى من الالتزام ويتوقف فور إدلاء الفرد بصوته ، كما أنه يرتبط بمدى تكرار عملية الانتخاب ذاتها ، والمدف من التصويت هو اختيار الهيئة الحاكمة ، أو شاغلي المناصب القيادية ، أو

³²³ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص. 467.

³²⁴ Muller , Edwards N , Aggressive Political Participation ,(Princeton NJ : Princeton University Press.1979) p.32.

³²⁵ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص. 469.

³²⁶ W.F.Stone, the psychology of politics , (New York , the Free Press ,1974),p186

أعضاء المجالس النيابية أو الموافقة على بعض المشروعات ، أو سحب الثقة³²⁷ (Recal) من مسؤول آخر ، بناءً على ذلك يعتبر التصويت في معظم الأحوال – أداة ضغط وتأثير، تدفع القادة إلى تعديل سلوكهم ومراجعة وتطوير سياساتهم وأساليب حكمهم ، حتى يمكنهم الظفر بأصوات الناخبين والتمتع بثقتهم والحفاظ على الواقع التي يحتلونها، وتدعم مكانتهم السياسية وبالتالي³²⁸ .

ويعتبر "الانتخاب" أداة من أدوات ممارسة السلطة والراقة التي يمارسها الشعب على مؤسسات الدولة لاسيما التدابير³²⁹. ويمكن إرجاع اختلاف مستويات إقبال الناخبين على التصويت إلى الاعتبارات التالية:

- مدى اهتمام المواطن بالسياسة « Politics » بصفة عامة ، وبالانتخابات بصفة خاصة ، إجراء الانتخابات في الأزمات الحادة التي تمر بها دولة ما ، تؤدي في الغالب إلى ارتفاع عدد الناخبين مقارنة بالأوقات العادية الحالية من الأزمات والمشاكل المستعصية.
- إن قوة وضعف مشاعر الانتماء الحزبي « Party Identification » تساهم أيضاً في زيادة أو مستوى المشاركة السياسية ، وإن انخفاض مشاركة المواطنين الأمريكيين مرجعه ضعف الانتماء الحزبي في اليوم³³⁰ .
- إن طبيعة الثقافة السياسية السائدة تؤثر إلى حد كبير في رفع أو خفض مستوى المشاركة السياسية . وفي هذا الإطار يلاحظ مثلاً أن ارتفاع مستوى المشاركة السياسية في ألمانيا أثناء الانتخابات العامة ، تكون نتيجة مشاعر المواطن الألماني بأن المشاركة في العملية التصويتية هي أولاً وقبل كل شيء التزام قومي.
- إن عزوف المواطن عن المشاركة في العملية التصويتية قد يكون مرجعه إما إلى عدم وجود قضايا Candidate تحظى باهتمامه أو نتيجة لعدم جاذبية المرشحين « Issues »³³¹ Attractiveness المتقدمين للانتخابات .

³²⁷ السيد عبد الحليم الزيات ، المراجع السابق ، ص. 470.

³²⁸ مصطفى عبد الله الخشيم ، موسوعة العلوم السياسية نظرية 01 ، ليبيا : الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع ، [د.س.ن] ، ص 77.

³²⁹ سعيد بوشعير ، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة ، الجزء الثاني ، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 1999، 03 ص 106.

³³⁰ Barnes, Samuel and Max Kaase , Political Action : Mass Participation in Five Western Democracies ,(Beverly Hills, CA : Sage .1979) p. 112.

³³¹ Ibid , p.113.

وتشير أدبيات علم السياسة عموماً إلى أن الانتماء الحزبي ، وطبيعة القضايا المطروحة في الانتخابات ، ومدى جاذبية المرشحين تعد من العوامل الحاسمة التي قد تدفع أو لا تدفع المواطنين إلى المشاركة في العملية التصويتية .³³²

ويفسر التصويت من خلال العديد من المقاربات تنضوي تحت مجموعتي كبيرتين هما :³³³
التحليلات الإستراتيجية والتحليلات البيئية.

* التحليل الإستراتيجي : إن المؤلف المرجعي الأول لهذا التحليل هو أن توني داونز « Antony Downs » فمعه ولد مفهوم الناخب العقلاني أو الناخب الإستراتيجي ، حيث يرى أن " أثناء الانتخابات العامة يقدم المرشحون المتنافسون ببرامج ، ويصيغون وعوداً تكون بمثابة عرض للخبرات ، ويمكن لهذه الخيارات أو تكون عبارة عن تخفيف ضريبي ، أو تدابير اجتماعية ، أو سياسية نمو اقتصادي ، ورؤى إجمالية للتنمية ، ويسعى الناخب لأن يرفع فائدته لأقصى حد مقابل صوته، ويفترض هذا الأمر تعرفه على مصالحه وقدرته على تصنيفها في السلم الأولوية ، وكذا استفاداته في سلم الأولوية ، وكذا استفاداته من المعلومات مفيدة حول كشف حساب الممثلين المحليين ومصداقيته وعود المرشحين المعارضين لهم".³³⁴

* التحليل البيئي: يهتم بالعلاقة بين سلوك الناخب وخصائص بيئته الاجتماعية ، وتوضيح المتلازمات بين التغيرات الاجتماعية وأشكال السلوك الانتخابي.³³⁵

إن التحليلات البيئية تشمل عموماً ثلاث نماذج من التغيرات هي كالتالي

* التغيرات الاجتماعية – السكانية : وهي الجنس و السن ومكان الإقامة.

³³² Powell ,Jr. G .Bingham , « voting turnout in thirty Democracies : Partisan , legal and socioeconomic influences.

³³³ فيليب برو ، علم الاجتماع السياسي ، تر، محمد عرب صاصيلا ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، 1998 ص.322

³³⁴ Antony Downs ,An ecomic theory of democracy ,(New Yourk , Harper,1957)p.36.

³³⁵ Ibid.p.36

³³⁶ Paul Lazarsfeld ,Bereson ,The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential compaign ,”rd edition (Columbia university press ,1967),p41

* المتغيرات الاجتماعية – الاقتصادية : وتنجلى في الاتماء الاجتماعي المهني، ومستوى الدخل ، وأحياناً امتلاك ذمة مالية.

* المتغيرات الاجتماعية- الثقافية : وأهمها مستوى التعليم من جهة والاتماء الديني من جهة أخرى ، فالمتغير الأول انطلاقاً من الشهادات التي تم الحصول عليها الأمر الذي يدخل تفاوت بين الشرائح الأكبر سناً والأخرى الأقل سناً من بين السكان ، ومن المسام به أن مستوى الدراسات المرتفع يزيد من الميل الطبيعي للتصويت وللاهتمام بالسياسة³³⁷ ، كما يعطي هذا التحليل أهمية للأبعاد النفسية البحتة للحياة السياسية ، وهذه الأبعاد لم يهملها مؤلفوا كتاب " الناخب الأمريكي " عندما درسوا أهمية التطابق الحزبي.³³⁸

يمكن القول بوجه عام أن التصويت في الانتخابات وإن كان هو الأسلوب الشائع للمشاركة السياسية في مختلف النظم السياسية إلا أنه يلعب دوراً ثانوياً ومحدوداً بالقياس إلى غيره من الأساليب والأنمط³³⁹ ، والسبب في ذلك أن :

* التصويت عملية موقعة و الفرصة المتاحة لها لا تصدر عن الناخب ذاته بل تتهيأ له في صيغة إجراءات نظامية ، لذلك فهو يتطلب قدراً ضئيلاً نسبياً من المبادرة الذاتية ، ولا يقتضي بالضرورة مشاركة المواطنين كافة.³⁴⁰

* لا ينقل الصوت الانتخابي –مهما كانت أهميته بالنسبة للناخب أو المرشح – إلا قدراً محدوداً من المعلومات المتعلقة برغبات ومتطلبات جمهور الناخبين .³⁴¹

* إذا كانت المشاركة في الانتخابات تساعد الفرد على الاندماج في المجتمع السياسي ، فإن التصويت اللواعي وغير المسؤول قد يؤدي إلى نتائج سلبية تصل إلى دحض شرعية الانتخابات ذاتها في نظر من يتمتعون بالوعي السياسي.³⁴²

³³⁷ فليب برو ، المرجع نفسه ، ص 332.

³³⁸ Compell ,Converse ,Miller Stokes,The anmerican voter (New Yourk ,Wiley ,1960)p.53.

³³⁹ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص 474.

³⁴⁰ Michael D.Boda ,Richard S.Hatz ,louis Massicote , élection libres et régulières : un regard neuf ,(édition Union Interparlementaire, 2005)p.47

³⁴¹ Louis Massicote , « juger les élections d'après leurs résultats ? » in Ibid ,p.49.

³⁴² Richard S.Katz « principes démocratiques et évaluation du caractère libre et réguliers des élections . » in Michal D.Boda ,Richard S.Katz ,louis Massicote. Op.cit .p.29

* كثيراً ما تتأثر عملية التصويت بالاتناء الأسري أو العرقى للناخب ، وقد تتأثر أيضاً بمستوى ثقافته ودرجة وعيه السياسي وقدرته على المفاضلة بين المرشحين ، فضلاً عن أنه يواجه المساومات والإغراءات المادية ، ومن ثم تصبح عملية التصويت إما نوعاً من المحتملة أو السلوك غير الرشيد أو نوعاً من الصفقات التجارية.³⁴³

وإذا كان لعملية التصويت أهميتها في فترة الانتخابات فإن هناك أساليب أكثر فعالية وتأثير في الحياة السياسية من عملية التصويت ذاتها أو من المشاركة في الحملات الانتخابية والأنشطة المتعلقة بها حد سواء.

لا تقتصر المشاركة السياسية على النشاط الانتخابي ، وإن كان هذا النشاط هو الذي يتلزم به أكبر عدد من الأفراد ، فهي تعبر عن نفسها بأشكال أخرى تسمى بالأساليب الاتفافية «La participation conventionnelle» ، يمكن التمييز بين فنتين كبيرتين للمشاركة السياسية الاتفافية وهي : الممارسات المدنية و المظاهرات.³⁴⁴

الفرع الأول: الممارسات المدنية

لقد سعت تحقيقات متنوعة للتعرف على أشكال السلوك الطوعي المقرن بممارسة مهنة المواطن في النظم الديمقراطيّة وقياسها ، ويمكن تعدادها كما يلي:

- * التسجيل في القوائم الانتخابية .
- * البحث عن الإعلام السياسي (خاصة في الصحافة المكتوبة أو المسروعة).
- * الانتساب إلى منظمة تعالج قضية جماعية (نقابية ، جمعية ، مجموعة مصالح) .
- * الانتساب إلى حزب .
- * حضور اللقاءات والاجتماعات السياسية .
- * المشاركة النشطة في حملة انتخابية .

وتوجد بين هذه الممارسات نوع من التسلسل الهرمي ، بحيث أن إنحاز الأكثر تشدداً منها يتطلب عادة إنحاز الأقل تشدد ، فالفرد الذي ينتمي إلى حزب على سبيل المثال ، ينتمي على الأرجح إلى منظمة أخرى ، ويشارك في المناقشات السياسية ، وبحيث عن حد أدنى من المعلومات ، كما تقتربن

³⁴³ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص 474

³⁴⁴ Mayer Monna ، Pascal Perrineau ، « les formes conventionnelles de la participation politique» in : les comportements politiques , op.cit , p.17.

³⁴⁵ فيليب برو ، مرجع سابق ، ص 337

الممارسات المدنية عموماً بمثال أعلى لسلوك يعترف به كأمر مرغوب به بقوة بالنسبة للنظم الديمقراطية ، وهو سلوك " المواطن الصالح "

الذي يظهر بمظهر المواطن التنشيط في كل هذه المستويات ، وعليه فإن قياس المشاركة يعتبر اختباراً لترسخ 346 النظام السياسي.

هذا وينضوي تحت أشكال الممارسات المدنية كافة الأنشطة السياسية الجماعية—المنظمة و المنشورة — التي تحرى من خلال التنظيمات السياسية أو شبه السياسية — خارج العملية الانتخابية وفي غير توقيتها — سواء بهدف الدفاع عن قضايا أو أفكار بذاتها ، أو لمعارضة قرارات سياسية بعينها ، أو المطالبة بصالح

ومنافع خاصة بفئات أو جماعات أو طبقات محددة داخل المجتمع. 347

وكما أظهرت " دانيال غاكسي " « Danial Gaxie » أن ميل الفرد لأن يتصرف كمواطن نشط يرتبط بمستوى كفاءته السياسية للتصنيف و التقويم 348 ، إلا أن اكتساب " الكفاءة السياسية " بدوره يرتبط بمستواه الثقافي واندماجه المهني ، ويعود الانتماء إلى فئة الأطر العليا عاماً يهمي لاكتساب المعارف السياسية. 349 يعتبر هذا النمط من أساليب المشاركة أكثر أهمية من عمليات التصويت والأنشطة الانتخابية ، وأشد تأثيراً منها في مسار العملية السياسية ، فهو يتسم بالاستمرارية ، ولا يرتبط بزمن معين أو وقائع بذاتها ، كما أنه عمل منظم ينطوي على قدر كبير من التخطيط و المبادرة و الحس السياسي الوعي ، بمقدوره تعبئة و تحريك الجماهير و كذا جمع ونقل أكبر قدر من المعلومات للقاده عن متطلباتهم ، ومن هنا كان تأثيره وفعاليته في العملية السياسية على قدر كبير من الأهمية. 350

كما يندرج تكوين الجمعيات في صلب الحرّيات الأساسية للإنسان في الداخل حق التنظيم مع حق وحرية التعبير، بوصفه عنصراً من الحرية الشخصية التي لا يجوز تقييدها بغير إتباع الوسائل الموضوعية والإجرائية التي يتطلبها الدستور أو يكلّفها القانون ، وتشمل حرية تكوين الجمعيات حق كل فرد في إنشاء النقابات والانضمام إليها وحق تحمل المسؤوليات صلباً وتمثيلاً. 351

³⁴⁶ Mayer N onna , Pascal Perrineau,op,cit.p.24.

³⁴⁷ J.Laapalombara, M.Weiner (eds) ,political parties and political development , (Princeton N.J.Princeton University Press) ,p.p403-404.

³⁴⁸ Daniel Gaxie, leCzns caché ,2éme édition,(Paris , Seuil,1992),p.65.

³⁴⁹ Ibid, p.67

³⁵⁰ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص 476

³⁵¹ مجموعة من المؤلفين ، تنظيم الجمعيات في الدول العربية ، عمان :منشورات البنك الدولي ، 2000 ، ص 69.

تلعب هذه المنظمات دورا هاما كمجموعة ضغط لدى السلطة السياسية ، وفي نفس الوقت ، تمثل أحسن تعبير للحرية الجمعياتية ، إلا أن حرية تكوين الجمعيات لا تعني غياب المسائلة فعلى الجمعيات أن تكون مسؤولة تجاه كل ذي مصلحة في حدود تلك المصلحة التي تبرر الرقابة³⁵² ، وبالنسبة إلى الجمعيات النسائية أو الجمعيات الإنسانية أو النقابات التي تضم هيأكل أو لجانا نسائية فيها يدفعهن إلى ممارسة حقوقهن الإنسانية أي الحقوق العامة والاهتمام بالشأن العام أو الانخراط في العمل السياسي وبذلك يمثل

³⁵³ هذا الحق مظهاها من مظاهر المشاركة السياسية للنساء.

الفرع الثاني: المظاهرات

تعد المظاهرات أسلوبا من أساليب المشاركة السياسية الاتفاقية ، ويشير مصطلح المظاهرات إلى تأكيد جماعي لوجود سياسي، متتحرر من مراقبة سلطة الدولة ، وهي تحدد سواء كانت عفوية أو منظمة الأجهزة المؤسساتية وهدوء النظام العام.³⁵⁴

في هذا الإطار يؤكد" فليب برو": أنه إذا كان هذا بعد (البركاني) للمظاهرة لم ينس كليا في الوقت الحاضر ، غير أنه من الواضح أن تبدلا عميقا قد جرى مع قدوم الديمقراطية التعددية في القرن التاسع عشر ، إذ تم إضفاء طابع شرعي وسلمي عليها ، وتمييزها بذلك عن التمرد العصياني ، وأصبحت المظاهرات بالمعنى الحديث ، أسلوب التعبير الشرعي عن التوقعات الجماعية ، المكونة لشكل من أشكال المشاركة السياسية المعترف بها.³⁵⁵

كما يعد التجمهر في الطريق العام طريقة من الطرق التي يلتتجأ إليها المواطنون و المواطنات لإثلاء بمواففهم تجاه سياسة الدولة أو للضغط على السلطة السياسية أو الحزب الحاكم ، من أجل اتخاذ سياسة أو قوانين تعترف بحقوق الإنسان أو تخدم مصلحة المواطنات و المواطنين³⁵⁶ ، فهو إذا وسيلة ديمقراطية للتعبير عن الرأي أو الموقف السياسي بصفة جماعية وسليمة.³⁵⁷

وقد ميز "بيار فافر" Pierre Favre بين ثلات نماذج من المظاهرات :

³⁵² المرجع نفسه ، ص 75

³⁵³ حفيظة شقير ، دليل المشاركة السياسية للنساء العربيات ، المرجع السابق ، ص 55.

³⁵⁴ فليب برو ، المرجع السابق ، ص 342.

³⁵⁵ المرجع نفسه.

³⁵⁶ Mayer Nonna ,Perrineau ,op.p.40

³⁵⁷ السيد عوض ، مرجع سابق ، ص 30

* المظاهرات المحركة : وتكمن وظيفتها الرئيسية في فرض رهان ، أو قضية بأكبر قدر من الوضوح، وبهذه الطريقة نجح أنصار البيئة في السنوات السبعينات ، في جعل مطالبهم الخاصة بتشريع منع الحمل والإجهاض ، وحماية البيئة تؤخذ في الحسبان .

* المظاهرات الروتينية : وهي تسمح لبعض المنظمات بالذكر مرحليا بقدرها على التعبئة وبصفتها التمثيلية ، وتدرج ضمنها المظاهرات النقابية الكلاسيكية.

* المظاهرات المتعلقة بالأزمات السياسية الشاملة : لا تهدف إلى تبني مطالب خاصة ببعض المجموعات إنما إلى الحفاظ على السلطات العامة أو إسقاطه.³⁵⁸

وهكذا يلاحظ أن المظاهرات تشكل موردا سياسيا هاما ، بمعنى أنها تعتبر وسيلة ضغط على الحكومات والأحزاب ، و إلا أن اللجوء إلى هذا الأسلوب السلمي المشروع يعد من المواقف الطارئة وغير الدائمة ، إذ يرتبط عادة بعض الأزمات والإجراءات النظامية أو الاقتصادية أو الأمور المتعلقة بقضايا العلاقات الخارجية ، ومن ثمة تتفاوت معدلاته وأثاره من موقف آخر .³⁵⁹

المطلب الرابع : الأساليب غير الاتفاقية (العنف السياسي)

قد يبدو غريبا النظر إلى ظاهرة العنف السياسي من زاوية المشاركة السياسية ، فاللجوء إلى الطرق العنيفة في النظم الديمقراطية على الأقل ، يشكل اعترافا بالفشل أو الرفض ، ومع ذلك فإن استعمال العنف يعد عمليا وسيلة للولوج السياسي من خلال فرض النفس كطرف مقابل ، على مختلف الفاعلين السياسيين على المستوى المؤسسي أي الحكم ، كذلك على الأحزاب و القوى الاجتماعية.³⁶⁰

ويعرف " إيف ميشو " Yves Michaud « العنف السياسي بأنه كل سلوك فعلي أو قوله ، يتضمن استخدام للقوة ، أو، تحديدا باستخدامها لإلحاق الأذى و الضرر بالذات ، أو الآخرين ، وإتلاف الممتلكات لتحقيق أهداف معينة تتعلق بشكل نظام الحكم وتوجيهاته الإيديولوجية ، أو بسياساته الاقتصادية ، والاجتماعية

³⁵⁸ فليب برو ، المرجع السابق ، ص343.

³⁵⁹ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص479.

³⁶⁰ Philippe Breaud ; « la violence politique : repères et problèmes » in Breaud (Dir) , la violence politique dans les démocraties européennes occidentales , (Paris ,Harmattan, 1993)p.17.

كما تعدد الاتجاهات المفسرة للعنف، إذ تربط اغلب المدارس التحديوية والتنمية العنف السياسي بالمشاكل المتعلقة بعملية التغيير الاجتماعي لدول العالم الثالث .

يرى كارل دودش أن التغيير يتضمن عدة عناصر أبرزها: زيادة معدل الحركة الجغرافية، وزيادة الهجرة نحو المدن، والحركة المهني لبعض المواطنين، وارتفاع معدل الحراك الاجتماعي الطبقي، مما يؤدي إلى زيادة تطلعات ورغبات المواطن، ومن ثم يليؤون في طرح مطالب اقتصادية واجتماعية وثقافية جديدة لم تورد لديهم من قبل مما يزيد من الضغوطات على النظام القائم ، من ازدياد الوعي السياسي لدى الفئات الاجتماعية والمساعين للمشاركة السياسية ، فإن النظام السياسي يجد نفسه يعاني من وجود ثلات بدائل للتعامل مع هذه الضغوط والأعباء³⁶¹ هي كما يلي :

البديل الأول: تطوير النظام السياسي مؤساته وسياساته، وأطره الفكرية والإيديولوجية لاستيعاب المطالب الاجتماعية.

البديل الثاني: تحويل اهتمامات المواطنين إلى قضايا هامشية من خلال إثارة وتضخيم المشكلات والقضايا الخلافية في المجتمع، وخاصة المرتبطة بالدين والتركيز على قضايا السياسة الخارجية، بل قد يسعى النظام السياسي إلى افتعال هذه القضايا على المستوى الخارجي.

البديل الثالث: استخدام العنف السياسي.

غالباً ما تلجأ النظم إلى ممارسة الأسلوب الأول والثاني معاً، لضبط المطالب و الضغوط المجتمعية، أما إذا تجاوز ذلك إلى أسلوب العنف السياسي مما يدخله إلى دائرة العنف، والعنف المضاد، ومنه ينخرط المجتمع في دائرة حلزونية من العنف.

وتتمثل هذه الأزمات في: أزمة المشاركة السياسية، والفساد السياسي، وأزمة التنمية الاقتصادية، وغياب العدالة والتوزيعية، مشكلة الهوية والتكامل الوطني، ويرجع الاتجاه الوظيفي للعنف السياسي في عملية نشوءه إلى فشل وتعثر النظم السياسية في مواجهة مشكلات ما بعد الاستقلال، بسبب غياب المؤسسات اللازمة لذلك.³⁶²

أما صموئيل هن廷تون Samuel Hintington فينطلق من فكرة أن عملية التحديث تتضمن ثلاثة أبعاد هي : التعبئة الاجتماعية، والتنمية الاقتصادية، والمؤسسة، حيث يزداد العنف

³⁶¹ Karl W. Deutsch, « social mobilization and political development » in American political science review , (sep 1961) p.84

³⁶² عبد العظيم بن صغير، العنف السياسي وتأثيره على تحول السلطة، رسالة ماجستير في العلوم السياسية ، جامعة الجزائر العاصمة 2001-2000 ، ص ، 18

السياسي في المجتمعات التي تمر بمراحل انتقالية، وهو ناتج عن مجموعة من الأزمات، ويمكن إبراز هذه الأزمات كما يلي:

أزمة المشاركة السياسية : ولها عدة مظاهر أبرزها : وجود إدارة واحدة لصنع القرار السياسي هي إدارة الحاكم والفئة الحبيطة بمن وجد حزب واحد يهيمن على السلطة، ضعف التنظيمات السياسية الوسيطة، التدخل في حرية الانتخابات وانعدام الحرية الإعلامية، والتدخل في الشؤون القضائية، أمام هذه المظاهر المختلفة وسوء العلاقة بين الحاكم والمحكومين، فإن القوى الراغبة في المشاركة السياسية تتجه نحو ممارسة العنف لتوصيل مطالبها.³⁶³

الفساد السياسي : ويظهر من خلال : الحسوبية، استغلال المنصب العام، الرشوة، المحاباة، التلاعيب في الانتخابات، الفساد على مستوى الإدارة، البرلمان الجيش، والقضاء، مما يؤدي إلى حدوث ما يعرف بـ "الاغتراب السياسي" وفقدان الثقة في النظام الحاكم، ومنه زيادة الاستياء والغضب الذي يترجم غالباً في شكل أعمال عنف.

الهوية والتكامل الوطني: وهي مرتبطة بمسألة الولاء والانتماء إلى جماعة معينة سواء أسرة، أو قبيلة، أو إقليم، أو دولة، أو كياناً أكبر من الدولة، ومشكلة الهوية مرتبطة بمسألة شرعية النظم السياسية، وشرعية الدولة ذاتها، وهذا مرتبط بالعنف السياسي، وأمام تعدد الهويات وغياب التكامل بين النخبة والجماهير سعت بعض القوى السياسية والاجتماعية إلى تسييس هذا التعدد الاجتماعي، وسيادة الإحساس برفض النخبة الحاكمة، ومن ثم فتح المجال لأندلاع العنف السياسي.

د- أزمات التنمية الاقتصادية وغياب العدالة التوزيعية: تعتبر ضعف معدلات التنمية الاقتصادية، وغياب العدالة التوزيعية في دول العالم الثالث من العوامل الموضوعية الأساسية المسببة للعنف السياسي.

ه - ضعف فاعلية النظام السياسي على المستوى الدولي: عموماً يعتبر هننحتاجون أزمة العنف السياسي فإفراز مشكلات وقضايا التنمية والتحديث في دول العالم الثالث، فالدول العاجزة داخلياً على مواجهة مشاكل التخلف والتنمية ، العاجزة خارجياً أي غير القادرة على تقليل قيود التغيير والاعتماد على الخرج ، مما يؤدي بالمواطنين إلى الاستياء من الأوضاع الاجتماعية، والاقتصادية للبلاد ومحاولة مواجهتها من خلال ممارسة أعمال العنف السياسي ، لكن ما يعاد على هذا الاتجاه ، أنه صعب التطبيق على دول العالم الثالث، لاعتباره مستمد من الخبرة الأوروبية.

³⁶³ صموئيل هننحتاجون، النظام السياسي لمجتمعات متغيرة، تر: سمير عبود ،دار الساقى، 1993، ص65

كما يشرح العوامل التي تقود إلى أزمة المشاركة السياسية في ثلات مجموعات تتفاعل فيما بينها³⁶⁴ وهي كما يلي:

المجموعة الأولى: أسباب تتعلق بالنخبة الحاكمة، ومنها احتكار هذه النخبة للسلطة السياسية، ورفض مطالب من يسعون للمشاركة في العملية السياسية.

المجموعة الثانية: أسباب تتعلق بالمؤسسات السياسية كحلقة اتصال بين الحاكم والمحكوم، وهي قنوات المشاركة السياسية.

المجموعة الثالثة: أسباب اقتصادية واجتماعية، تدور حول آثار الأمية والانخفاض درجات الوعي لدى القطاعات الكبيرة من المجتمع.

ومنه في حالة عدم قدرة النظام السياسي على استيعاب القوى المؤهلة الراغبة في المشاركة في الحياة السياسية عن طريق الأسلوب السلمي، فإنه لا مناص من اللجوء للعنف في تعاملها معه، خاصة إذا استخدم النظام السياسي للإكراه والقوة لضبط مطالب هذه القوى.

وعلى النقيض مما يقضى به التعرف – المذكور سابقاً – للمشاركة السياسية تحديدها في الأفعال المشروعة، فإنه لا يمكن تجاهل ما يمكن أن تمثله أساليب العنف السياسي من ضغوط وتأثيرات على النظام السياسي، وما يمكن أن تسفر عنه من تغيرات في مسار العملية السياسية، فهذه الأساليب لا تمثل سلوكاً عادياً أو مألفاً، بل هي أفعال يعكس تأثيرها على السياسة الداخلية والخارجية للدولة بوجه خاص، و من هنا كان إدراجها ضمن الأساليب غير الاتفاقية للمشاركة السياسية وارداً ومكاناً إلى حد كبير على الرغم من الميل أكثر إلى اعتبارها مظهراً أو نتيجة لازمة المشاركة السياسية.³⁶⁵

المطلب الخامس: خصائص المشاركة السياسية :

تتسم المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية بمجموعة من السمات والخصائص الهامة وذلك

على النحو التالي:³⁶⁶

1- المشاركة سلوك تطوعي ونشاط إرادي حيث أن المواطنين يقومون بتقدیم جهودهم التطوعية لشعورهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا والأهداف.

2- المشاركة سلوك مكتسب فهي ليست سلوكاً فطرياً يولد به الإنسان أو يرثه، وإنما هي عملية مكتسبة يتعلّمها الفرد أثناء حياته وخلال تفاعلاته مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.

³⁶⁴ صموئيل هنتجتون، المرجع السابق، ص 124.

³⁶⁵ السيد عبد الحليم الزيات، الرجع السابق، ص 479.

³⁶⁶ ناجي عبد النور مرجع، سابق الذكر، ص 126/127.

- 3 - المشاركة سلوك ايجابي واقعي، بمعنى أنها تترجم إلى أعمال فعلية وتطبيقية وثقة الصلة بحياة وواقع الجماهير، فهي ليست فكرة مجردة تحلق في الأجواء ولا تحيط إلى مستوى التنفيذ.
- 4 - المشاركة عملية اجتماعية شاملة ومتكاملة متعددة الجوانب والأبعاد تهدف إلى اشتراك كل فرد من أفراد المجتمع في كل مرحلة من مراحل التنمية، في المعرفة والفهم والتخطيط والتنفيذ والإدارة والاشتراك والتقويم وتقييم المبادرات والمشاركة في الفوائد والمنافع.
- 5 - لا تقتصر المشاركة على مجال أو نشاط واسع من أنشطة الحياة بل إن للمشاركة مجالات متعددة اقتصادية وسياسية واجتماعية يمكن أن يشارك فيها الفرد من خلال اشتراكه في أحدها أو فيها كلها في آن واحد.
- 6 - المشاركة الجماهيرية لا تقتصر على مكان محدد ولا تقييد بحدود جغرافية معينة فقد تكون على نطاق محلي أو إقليمي أو قومي.
- 7 - المشاركة حق وواجب في آن واحد فهي حق لكل فرد من أفراد المجتمع وواجب والالتزام عليه في نفس الوقت، فمن حق كل مواطن أن يشارك في مناقشة القضايا التي تهمه وأن ينتخب من يمثله في البرلمان وأن يرشح نفسه إذا ارتأى في نفسه القدرة على قيادة الجماهير والتعبير عن طموحاتهم في المجالس النيابية. فالمشاركة هي الوضع السليم للديمقراطية فلا ديمقراطية بغير مشاركة، كما أن المشاركة واجب على كل مواطن، فهو مطالب بأن يؤدي ما عليه من التزامات ومسؤوليات اجتماعية تجاه قضايا مجتمعه لإحداث التغيير اللازم نحو التوجه التنموي في المجتمع.
- 8 - المشاركة هدف ووسيلة في آن واحد .. فهي هدف لأن الحياة الديمقراطية السليمة تقضي مشاركة الجماهير في المسئولية الاجتماعية، مما يعني تغيير سلوكيات وثقافات المواطنين في اتجاه الشعور بالمسئولية الاجتماعية، كما أنها وسيلة لتمكين الجماهير من لعب دور محوري في النهوض بالمجتمع نحو الترقى والرافاهية والمساهمة في دفع عجلة التنمية.
- 9 - المشاركة توحد الفكر الجماعي للجماهير حيث تساهم في بلورة فكر واحد نحو الإحساس بوحدة المهد والمصير المشترك والرغبة في بذل الجهد لساندة الحكومة والتحفيظ عنها.

المطلب السادس: مراحل المشاركة السياسية

حتى العصر الحديث كانت المشاركة السياسية مقتصرة في الغالب على أثرياء القوم ووجهائهم من أصحاب المولد النبيل أما الأغلبية الساحقة فكانت بعيدة عنها ، ومنذ مطلع عصر النهضة حتى القرن السابع عشر بدا الاتجاه نحو مزيد من المشاركة السياسية وبلغ هذا الاتجاه ذروته أثناء الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر والتاسع عشر .

³⁶⁷ ولعل ذلك يرجع إلى العوامل التالية:

- التصنيع ونمو المدن وازدياد التعليم والذي ترتب عليه ظهور قوى اجتماعية جديدة(عمال . تجار . أصحاب مهن حرة) استشعرت في نفسها القدرة على تشكيل مصيرها فطالبت بجزء من القوة السياسية.
- ظهور الدعوات التي تحمل لواءها المثقفون من فلاسفة وكتاب لتنادي بقيم المساواة والحرية والمصلحة العامة بشكل أدى إلى تغذية المطالبة بمشاركة أوسع في العملية السياسية .
- التطور في وسائل النقل والمواصلات، والذي أدى إلى انتشار الأفكار الجديدة حول الديمقراطية والمشاركة بسرعة وسهولة نسبية.
- الصراع بين القيادات السياسية، ففي ظل التنافس على السلطة تناضل القوى المصارعة في سبيل كسب التأييد الشعبي ، وهذا في حد ذاته يعطي الشرعية لفكرة لم الجماهيرية.
³⁶⁸ وقد مر مفهوم المشاركة السياسية بثلاث مراحل:
المرحلة الأولى:

اقترن بإقرار الحقوق السياسية ، وانحصرت في الاعتراف بحق الانتخاب وممارسته خاصة من طرف الرجال دون النساء، وكان الاقتراع في معظم الحالات مقيد وغير معتم على كافة المواطنين والمواطنات، وكان الانتخاب واجب و إجباري.

المرحلة الثانية: بدأت مع ظهور النقابات والمنظمات الاجتماعية والإنسانية واكتساح الفضاء العام من قبل المواطنين والمواطنات، وفي هذه المرحلة تحول الاقتراع من مقيد إلى عام وشمل حق الانتخاب النساء والرجال دون استثناء، فاتسع مفهوم المشاركة السياسية واحد عدة مظاهر تجاوزت حق الانتخاب إذ لم تقتصر على عملية التصويت فقط بل شملت :

- الحقوق الانتخابية
- الحق في الترشح لكل الهيئات التمثيلية
- الحق في الاشتراك في المسؤوليات السياسية عن طريق الاشتراك في أحد القرارات
- الحق في تقلد الوظائف العليا في البلاد
- الحق في التمثيل الدبلوماسي

³⁶⁷ ناجي عبد النور، أزمة المشاركة السياسية في الجزائر، مرجع سبق ذكره.

³⁶⁸ حفيظة شقير وآخرون:المشاركة السياسية للمرأة العربية(تحديات أمام التكريس الفعلي للمواطنة)، دراسة ميدانية في أحد عشر بلداً عربياً،منشورات المعهد العربي لحقوق الإنسان،2004،ص516.

- الحق في تكوين الأحزاب السياسية والانضمام إليها.
- الحق في التعبير عن المواقف السياسية
- الحق في الاعتراض وتقديم العرائض
- الحق في التظاهرات السلمية

ونتيجة لهذا التطور، اتسعت رقعة المشاركة السياسية وأصبحت تمثل عنصراً من أهم عناصر العملية الديمقراطية، ومراة تعطس طبيعة النظام السياسي والاجتماعي في الدولة.

المرحلة الثالثة:

وترتبط بعلاقة حق المشاركة بالتنمية ، فمن المعلوم أن توصية منظمة الأمم المتحدة بشأن حق الإنسان اعترفت سنة 1986 أن لكل إنسان الحق في المشاركة التنموية والاستفادة من ثمارها.

وبما أن التنمية في مفهومها الشامل تشمل كل المجالات بما فيها المجال الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي يصبح من البديهي اعتبار الحق في المشاركة السياسية وفي اتخاذ القرار جزءاً من حق الإنسان في التنمية.

وفي هذا الإطار أصبحت المنظمات الدولية تستخدم عند إصدار تقاريرها معيار التمكين الذي يقارن وضع الرجال والنساء في مجالات مراكز القوة في المجتمع ومدى التمثيل النسائي في الهيئات التشريعية والتنفيذية لتحديد تنمية الدول كما أصبحت تقياس درجة تنمية المجتمعات بمقدار قدرتها على إدماج النساء في حياة المجتمع العامة والخاصة.

وتتمثل مراحل المشاركة السياسية في أربع هي كالتالي:³⁶⁹

أ. الاهتمام السياسي : ويندرج هذا الاهتمام من مجرد الاهتمام أو متابعة الاهتمام بالقضايا العامة وعلى فترات مختلفة قد تطول أو تقصير، بالإضافة إلى متابعة الأحداث السياسية. حيث يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في المناقشات السياسية مع أفراد عائلاتهم أو بين زملائهم في العمل، وتزداد وقت الأزمات أو في أثناء الحملات الانتخابية.

ب . المعرفة السياسية : والمقصود هنا هو المعرفة بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي مثل أعضاء المجلس المحلي وأعضاء مجلس الشعب والشورى بالدائرة والشخصيات القومية كالوزراء.

ج . التصويت السياسي : ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم والمساندة المادية من خلال

³⁶⁹ محسن الندوبي ،مرجع سابق.

تمويل الحملات ومساعدة المرشحين أو بالمشاركة بالتصويت.

د . المطالب السياسية : وتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في الأحزاب والجمعيات التطوعية.

وهناك من يرى أن المشاركة السياسية ترتبط بعدد من الإجراءات السابقة عليها تعد بمثابة تمهيد وإعداد لها، و بالتالي لأن عملية المشاركة مركبة تتكون من مراحل سابقة عليها و أخرى لاحقة.
- الإجراءات السابقة عليها:

1) قرار دعوة الناخبين (المشاركين): فيه يقوم الناخب بالمشاركة في المواعيد التي يحددها القرار بدعة الناخبين إلى الانتخاب أو الاستفتاء.

2) فتح باب الترشح و إجراءاته و منازعاته: يساهم في اختيار المواطن قياداته و ممثليه في إدارة دقة الحكم.

3) أطار الترشح و المشاركة (الدور الانتخابية): يقصد به النطاق المكاني الذي يرغب المرشح في تمثيله في البرلمان، و الذي يرشح نفسه أيضاً في إطاره، و يجب حدوده لممارسة الدعاية الانتخابية التي يهدف من ورائها لكسب أصوات الناخبين في ذلك الإطار الذي تدور بداخله عملية المشاركة الموصولة في النهاية إلى مقاعد البرلمان.

4) الدعاية السياسية: هي وسيلة تعريف المواطن بمرشحهم و برامجهم السياسية و فيها يعمل المرشحين على إبراز مزاياه من أجل الحصول على أصوات الناخبين.

أما بالنسبة للإجراءات اللاحقة فتمثل في إعلان نتائج الاستفتاء و الانتخاب _المشاركة السياسية".

وتتمثل السلبية السياسية في اللامبالاة ، وعدم الاهتمام بالأفراد في المجتمع بصفة عامة أو خاصة ، ثم الشك السياسي أو الشك في أحوال وأقوال الآخرين في المجتمع خاصة قياداته، والنظر إلى العمل السياسي على أنه عمل رديء وان الثقة في رجال السياسة أمر مستحيل.³⁷⁰

كما نجد الغربة السياسية وذلك عندما يشعر الفرد بالغربة عن العمل السياسي ، والحكومة ، وما يدور في مجتمعه من أنشطة سياسية ، واقتصادية، وفي مقابل الغربة السياسية، نجد الاغتراب السياسي ، والذي يعبر أو يتمثل في شعور الفرد (الموطن) بان المجتمع أو السلطة لا يحسان به، ولا يعنيهما أمره،

³⁷⁰ محمد السويفي، ص 160-161.

وبأنه لا قيمة له في هذا المجتمع ، الأمر الذي يؤدي بالفرد إلى التقليل من أهدافه، فقدانه الحماس والدافع والباعث على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية في مجتمعه.³⁷¹

ويستعمل مصطلح المشاركة لوصف الأنشطة الطوعية وليس القرصية على الرغم من أن هذا فرق ليس ضمنيا في الفكرة .

وهكذا فإن المشاركة كما تستعمل في السياقات السياسية هي النشاط الطوعي للفرد في الشؤون السياسية بما فيها : التصويت و العضوية فهو النشاط المتصل بالمجموعات السياسية من مثل مجموعات المصالح و الحركات و الأحزاب السياسية وتولي المناصب في المؤسسات السياسية وممارسة القيادة السياسية والأنشطة غير النظامية من مثل المشاركة في المناقشات السياسية أو حضور المناسبات السياسية من مثل المظاهرات و مجالات إقناع السلطات والناس بالعمل وطائق معينة فيما يتعلق بالأهداف السياسية و لذا يرتبط المصطلح ارتباطا وثيقا بالنظم السياسية الديمقراطية إلى تقييد مشاركة الجمهور أو توجيهها بطائق محددة مسبقا غيران المصطلح لا ينطبق على الأشكال التقليدية وحتى القانونية للنشاط السياسي وحدها وينبغي فهم الأنشطة غير التقليدية وغيرها لقانونية من محتواها³⁷²

المطلب السابع: محددات المشاركة السياسية :

تتأثر مشاركة الأفراد في الحياة العامة بتغيرات متعددة أهمها المؤثرات السياسية التي يتعرض لها، وخصائص الخلفية الاجتماعية، ومدى توفر وفاعلية القنوات المؤسسية للتعبير والعمل السياسي، وغيرها من المحددات التي يمكن التعرض لها على النحو التالي³⁷³ :

1. المبهات السياسية :

تعرض المرء للمؤثرات السياسية يزداد احتمال مشاركته في الحياة العامة. غير أن التعرض للمنبه السياسي لا يفضى بالضرورة إلى المشاركة. وتصدر المبهات عن وسائل الإعلام الجماهيري والحملات الانتخابية والاجتماعات العامة والمناقشات العامة .. الخ.

³⁷¹ المرجع نفسه، ص 161.

³⁷² Groffre Roberts and Alistair edwards A modern: dictionary political Analysis. 1999 ط1 ، بيروت لبنان : الدار العربية للموسوعات . الحديث للتحليل السياسي ، انجليزي عربي

³⁷³ السيد عليوة، مني محمود، مفهوم المشاركة السياسية، مركز دمشق للدراسات النظرية والحقوق المدنية، 2008/12/22

وبرغم أنها متابعة لجمهور عريض من الأفراد، إلا أن مستوى التعرض لها يرتبط بعوامل عديدة مثل الانتماء الطبقي ومحل الإقامة والحالة التعليمية بالإضافة إلى الميول الشخصية، والشخص الابجادي يرحب بالمنبهات السياسية بل ويسعى إليها بعكس الشخص السلبي الذي ينأى بنفسه عنها ما استطاع إلى ذلك سبيلاً.

2. المتغيرات الاجتماعية :

يتأثر حجم ومدى المشاركة السياسية بالمتغيرات الاجتماعية المختلفة مثل التعليم والدخل والمهنة والجنس والسن وغيرها من العوامل، حيث يرتبط الدخل ايجابياً مع المشاركة .. فأصحاب الدخول المتوسطة أكثر مشاركة من ذوى الدخل المنخفض، وذوى الدخل المرتفع أكثر مشاركة من ذوى الدخل المتوسط.

كذلك يرتفع مستوى المشاركة بارتفاع مستوى التعليم حيث تعتبر الأمية أحد معوقات المشاركة في دول العالم النامي. فالشخص المتعلّم أكثر وعيّاً ومعرفة بالقضايا السياسية وأشد إحساساً بالقدرة على التأثير في صنع القرار والاشتراك في المناوشات السياسية وتكون آراء بخصوص الموضوعات والقضايا المختلفة.

كما يميل الأشخاص ذوو المركز المهني المرتفع إلى المشاركة بدرجة أكبر من ذوى المكانة المهنية المنخفضة، وإن ظل هناك اختلاف بين مجتمع وآخر وبين مهنة وأخرى.

كما يتأثر حجم ومدى المشاركة السياسية بالنوع .. حيث يلاحظ أن المرأة بوجه عام أقل ميلاً إلى المشاركة عن الرجل ، غير أن التطور الاقتصادي والاجتماعي يعمل باستمرار على تضييق هذه الفجوة بين الجنسين فيما يتعلق بالمشاركة السياسية. ولا يعني هذا استقلال المرأة عن الرجل في تحديد مواقفها السياسية إذ لا تزال الزوجة تتبع زوجها في كثير من الأحيان في التصويت والانتماء الحزبي .

وبالإضافة إلى العوامل السابقة تتأثر المشاركة أيضاً بعامل السن إذ يرتفع مستوى المشاركة تدريجياً مع تقدم العمر، ويبلغ ذروته في الأربعينات والخمسينات ثم يهبط تدريجياً بعد سن الستين. وإذا كانت هذه العوامل لا تشكل قاعدة يحتمل إليها دائماً. ذلك أن المتغيرات الاجتماعية تختلف من فرد لآخر ومن مجتمع لآخر.

3. الإطار السياسي :

ترتبط المشاركة بعناصر الإطار السياسي التي تتمثل في رؤية القيادة لدور المواطن ومدى توافر الحرية للتنظيمات الحزبية والشعبية وال المجالس النيابية المنتخبة وطبيعة النظام الإعلامي.

فالمشاركة التي تنعم بها المجتمعات الغربية ترجع جزئياً إلى وجود الإطار الدستوري والمؤسسي الملائم : الدستور والانتخابات الدورية، والتعدد الحزبي، والجماعات المصلحية، وحرية الصحافة، والبرلمان، وأجهزة الحكم المحلي .. الخ .. وفي الدول الشيوعية تؤدي هيمنة الحزب إلى تفعيل دور المواطن في صفة السياسة واختيار القيادات، ومع ذلك فإن نسبة المنخرطين في النشاط السياسي ربما تتجاوز مثيلاتها في معظم الدول الديمقراطية الغربية.

أما في الدول النامية بصفة عامة، فإنها تعاني من أزمة مشاركة تعود جزئياً إلى ما يعتري البناء السياسي من تشوهات ونقائص .. فبعض الدول ليس بها دستور وبعضها الآخر ليس بها مجالس نيابية، وإن وجدت فهي شكلية وتفاوت هذه الدول بين الأخذ بالحزب الواحد والتعددية الحزبية أو عدم الأخذ بالنظام الحزبي من أساسه. هذا المستوى الهاابط من المؤسسة السياسية يقابله تغير اقتصادي اجتماعي مرموق، ولعل هذه الفجوة بينهما هي المصدر الأساسي لعدم الاستقرار السياسي الذي تعاني منه كثير من دول العالم النامي.

المطلب الثامن: دوافع المشاركة السياسية:

يسعى الفرد للمشاركة في مختلف المجالات والميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، انطلاقاً من عدة دوافع منها ما يتصل بالمجتمع ككل، ومنها ما يتعلق باهتمامات الفرد واحتياجاته الشخصية. وعلى هذا يمكن الحديث عن نوعين من الدوافع :

1- الدوافع العامة : وتتمثل في :

- الشعور بأن المشاركة واجب والتزام من كل فرد تجاه المجتمع الذي يعيش فيه، مما يستوجب مشاركة الجماهير وبفاعلية في الحياة العامة للمجتمع فيعبرون عن آرائهم وأفكارهم ورغباتهم فيما يجب اتخاذه من قرارات وقوانين وسياسات وفي البرامج والسياسات التي تتخذ استجابة لاحتياجات المواطنين.
- حب العمل العام والرغبة في مشاركة الآخرين في تطوير المجتمع وتحسين مستويات الخدمة فيه من خلال العمل في المجالات المختلفة التي تستهدف تحسين وجه الحياة على أرض الوطن.
- الرغبة في لعب دور محوري ومؤثر في أنشطة المجتمع المختلفة بالشكل الذي يؤثر على حاضرهم ومستقبلهم ويشعرهم بأهمية دورهم وانعكاساته على دعم مسيرة التنمية.

³⁷⁴ السيد عليوة، مني محمود: مرجع سابق.

- الرغبة في تقوية الروابط بين مختلف فئات المجتمع وجماعاته بغية تحقيق نوع من التكامل. والتفاعل بين هذه الفئات بما يحقق المصالح المشتركة لهذه الفئات والجماعات.
- الأعباء الملقة على كاهل الحكومة للوصول إلى الأهداف المطلوب تحقيقها.
- الرضا أو عدم الرضا عن السياسات القائمة. حيث أثبتت بعض الدراسات أن المشاركة الجماهيرية تزداد مع زيادة الرضا عن هذه السياسات والعكس صحيح. وأن الذين يهتمون بالمشكلات العامة هم أكثر الناس رضاء عن المجتمع.
- عوامل التنشئة الاجتماعية والسياسية في محيط الأسرة أو المدرسة أو النادي أو المؤسسات الدينية أو التطوعية أو الأحزاب أو وسائل الاتصال وغيرها، والتي تنمو في الفرد قيمة المشاركة، وتجعل منه مواطناً مشاركاً.
- توافر الضمانات القانونية والدستورية التي تضمن للمواطنين الأمن والأمان والمناخ الديمقراطي السليم، وسيادة القانون وحرية التفكير والتعبير بما يتفق والمصالح العليا في المجتمع.
- تعاليم الدين من خلال القرآن الكريم والسنّة النبوية المباركة التي تتحث على التعاون والتكميل والمشاركة، فقد قال الله تعالى وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعذوان المائدة / ٢، كما قال تعالى فاعف عنهم واستغفر لهم وشاورهم في الأمر آل عمران / ١٥٩ وقال صلى الله عليه وسلم ما تشاور قوم إلا هدوا إلى أرشد أمرهم .

2- الدوافع الخاصة : وتمثل في :

- محاولة التأثير على صنع السياسة العامة في المجتمع لتكون ملائمة للاحتياجات الفعلية والرغبات الخاصة بأفراد المجتمع والتي تعود بالنفع عليهم.
- تحقيق المكانة المتميزة بين أفراد المجتمع واكتساب الشهرة والحصول على التقدير والاحترام.
- إشباع الحاجة إلى المشاركة، حيث تنقسم حاجات الإنسان إلى مستويات خمس هي: الحاجات الأساسية كالمأكل والملبس، وال الحاجة إلى الأمان والطمأنينة، وال الحاجة إلى المشاركة، وال الحاجة إلى العاطفة والتقدير، وال الحاجة إلى تحقيق الذات.
- تحقيق مصالح شخصية تتمثل في السيطرة والتمتع بالنفوذ والسيطرة، وتحقيق منافع مادية وغيرها من المصالح الشخصية.

المطلب التاسع: متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة :

تتطلب المشاركة ضرورة توافر عدد من العوامل التي تزيد من فاعليتها وتضمن بقاءها واستمرارها، وتساعدها على تحقيق أهدافها بما يدفع بمعدلات التنمية الشاملة.

- 1- ضرورة ضمان توفير المتطلبات والاحتياجات الأساسية للجماهير مثل الغذاء والكساء والمسكن الملائم والصحة والتعليم وفرص العمل وحرية التعبير وغيرها من الاحتياجات التي تتحقق الإشباع المادي والنفسي للإنسان، ويتيح له قدرًا من الاستعداد للمشاركة في الحياة العامة داخل وطنه.
- 2- ارتفاع مستوىوعي الجماهير بأبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يمر بها المجتمع، ويكتسب هذا الوعي : إما عن طريق سعي الأفراد لبلوغ هذه القدر المطلوب من المعرفة، أو عن طريق الوسائل المختلفة لتكوين الرأي العام داخل المجتمع مثل المؤسسات الحكومية العاملة في مجال الإعلام والثقافة والتعليم أو المؤسسات غير الحكومية، كالنقابات المهنية والعمالية والجمعيات الخاصة، والاتحادات.. بالإضافة إلى الأحزاب السياسية.
- 3- الشعور بالانتماء للوطن، وإحساس المواطنين بأن مشاركتهم في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع تمثل واجباً تفرضه العضوية في هذا الوطن.
- 4- الإيمان بجدوى المشاركة : فإحساس المواطن بأهمية المشاركة وفاعلية هذه المشاركة وسرعة استجابة المسؤولين، يعمق من شعوره بجدوى مشاركته ومردودها المباشر على تحسين صورة حياته وحياة الآخرين داخل المجتمع.
- 5- وضوح السياسات العامة المعنية وذلك يتأتى من خلال الإعلام الجيد عن الخطط والأهداف ومدى مواءمتها لاحتياجات المواطنين.
- 6- إيمان القيادة السياسية واقتناعها بأهمية مشاركة الجماهير في صنع وتنفيذ السياسات العامة، وإتاحة الفرصة لدعم هذه المشاركة من خلال ضمان الحرية السياسية وإتاحة المجال أمام الجماهير للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورأيهم في قضايا مجتمعاتهم ومشكلاته ومناقشة تصريحات المسؤولين والقوانين العامة سواء داخل البرلمان أو عبر الصحف وفي الندوات العامة، في ظل مناخ آمن ودون تعرضهم لأي مسألة قانونية.
- 7- وجود التشريعات التي تضمن وتوكّد وتحمي المشاركة، وكذلك الوسائل والأساليب المتنوعة لتقديم وعرض الآراء والأفكار والاقتراحات بوضوح تام وحرية كاملة، ومع توافر الأساليب والوسائل

³⁷⁵ السيد عليوة، مني محمود: مرجع سبق ذكره.

والأدوات التي تساعد على توصيل هذه الأفكار والتي تضمن وصول هذه المشاركات لصانع القرار.

8- وجود برامج تدريبية لمن في موقع المسئولية سواء في الحكومة أو في المؤسسات غير الحكومية في المجتمع لتدريبهم على مهارات الاستماع والانصات واحترام فكر الجماهير، وكذلك على أساليب استشارة اهتمام الجماهير وتنمية قدراتهم على المشاركة.

9- وجود القدوة الصالحة في كل موقع العمل مما يستلزم التدقير في اختيار القيادات، والتأكد من وضع الرجل المناسب في المكان المناسب. فهذه القدوة الصالحة من شأنها أن تكون مشجعة وليس لها معوقة للمشاركة. كما يفترض فيها إيمانها بإمكانات الشباب ودوره في عملية التنمية.

10- اللامركزية في الإدارة مما يفسح المجال أمام الجماهير لكي تشارك في إدارة شئون حياتها، ويفتح الباب لكل الجهود والمساهمات التي تقدمها الجماهير.

11- زيادة المنظمات التطوعية ورفع مستوى فاعليتها حتى تغطى أكبر مساحة ممكنة فتنتشر في كل مكان وفي كل نشاط، وأن يكون لها دور فاعل من خلال إتاحة صلاحيات أكثر لها ما يجعلها أكثر تأثيراً في خدمة المجتمع.

12- تقوية دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية والسياسية مثل : الأسرة والمدرسة والجامعة والمؤسسات الدينية والأحزاب ووسائل الاتصال وغيرها ... وتشجيعها على غرس قيم المشاركة لدى الجماهير.

13- ضرورة التزام وسائل الاتصال بالصدق وال موضوعية في معالجة القضايا والأحداث والمشكلات المختلفة، وإفساح المجال أمام كافة الآراء والاتجاهات والأفكار للتعبير عن نفسها بغض النظر عن انتماءاتهم الحزبية أو المهنية.

المطلب العاشر: العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية:

³⁷⁶ وتتمثل فيما يلي:

³⁷⁶ فتحي شهاب وعصام العريان، مرجع سابق، ص 5351.

- العقيدة الدينية: مثلا الإسلام يدفع المؤمن به إلى الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ون ومراقبة الحكماء... الخ
 - نمط الثقافة السياسية السائدة: فقد تكون الثقافة السياسية من النمط المشارك ، وهو ما يدفع صاحبها إلى المشاركة الإيجابية ، وقد تكون ثقافة سياسية تدفع أصحابها إلى التبلد السياسي ، مثل الثقافة التي تمثلها كثير من الأمثال الشعبية على غرار "اللي خاف سلم"
 - طبيعة البيئة السياسية: ففي مجتمع يتصف بسيادة القانون والحريات السياسية ، ويقوم نظامه السياسي على أساس تعدد الأحزاب ، ويعرف بحق الجماهير في النقد والمشاركة تناح الفرص الكثيرة للأفراد ليمارسوا حقوقهم في المشاركة ، كما أن وجود الأحزاب وتنوعها يضمن وجود معارضة منظمة ذات مؤسسات تتم من خلالها ممارسة المشاركة السياسية ، واتخاذ القرارات ، أي أن إيديولوجية المجتمع السياسية ونظامه السياسي يؤثران بدرجة كبيرة على مشاركة الأفراد.
 - درجات المشاركة السياسية: ينقسم الناس من حيث المشاركة السياسية إلى قسمين :
 - الأول: المشاركون أو أصحاب الفعالية السياسية وهؤلاء هم الذين يشاركون في حملات سياسية أو مظاهرات عامة.
 - الثاني: السلبيون الذين لا يسعون إلى المشاركة ، واعتادوا عدم ممارسة حقهم في التصويت مثلا.
 - اللامبالاة السياسية: أي عدم الاهتمام بكل ما يحدث حولهم في المجتمع ككل.
 - الشك السياسي: أي عدم ثقة الأفراد في أحوال وأقوال السياسيين ، والشعور بأن العمل السياسي عمل رديء.
 - الاغتراب السياسي: أي شعور الفرد بالغرابة عن حكومته ونظام مجتمعه السياسي القائم ، وشعوره بأن السلطة لا يعنيها أمره ولا قيمة له ، ومن ثم يفقد حماسه للمشاركة.
- وهذه الدرجات جمِيعاً تتأثر بعوامل التنشئة والتربية السياسية.
- المطلب الحادي عشر: أطر المشاركة السياسية**
- هناك أطر ترتبط بمفهوم المشاركة السياسية ، و هي الأطر الفكرية المتمثلة في مفهومي التنشئة والثقافة السياسية والأطر النفسية والقانونية .

يشارك المرء في الحياة السياسية لأكثر من دافع ، و لأكثر من غاية و تتراوح دوافع و أهداف المشاركة السياسية عادة بين المصالح الشخصية للفرد أو مصالح الطبقة التي ينحدر منها أو الجماعة التي ينتهي إليها و بين التزامه السياسي **political obligation** اتجاه المجتمع ككل³⁷⁷، وتبثق هذه الدوافع و الأهداف بصفة عامة من واقع البيئة الاجتماعية و السياسية التي يعيش فيها الفرد و يتعامل معها ، أو من احتكاكه المباشر بالعالم الخارجي ، فضلا عن تأثير و سائل الاتصال الجماهيري و ما تبشه من رسائل³⁷⁸

والأمر المتفق عليه في هذا المجال أن دافعية الفرد و رغبته في المشاركة تتوقف إلى حد كبير على كمية و نوعية المواقف السياسية التي يتعرض لها ، فكلما كثرت وتنوعت هذه المواقف ازداد احتمال مشاركته في العملية السياسية، و ازداد عمق و مدى هذه المشاركة و العكس صحيح³⁷⁹. غير أن التعرض لمثل هذه المواقف وحده لدفع الفرد إلى المشاركة السياسية إنما يلزم أيضا أن يكون الفرد نفسه على قدر معقول من الثقافة السياسية و الإدراك الوعي لمعطيات الحياة السياسية و متغيراتها ، و هو ما يتوقف عادة على نمط تنشئته المبكرة ، و مجموعة القيم و الاتجاهات و المعايير السلوكية التي اكتسبها عن طريق هذه العملية و أصبحت جزء لا يتجزأ من مكونات شخصيته .³⁸⁰

المطلب الثاني عشر: أنشطة ووظائف المشاركة السياسية

ويرى البعض أن أنشطة المشاركة يمكن تصنيفها في مجموعتين³⁸¹:

1 . أنشطة تقليدية أو عادية :

وتشمل التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية، وحضور الندوات والمؤتمرات العامة، والمشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعائية، والانضمام إلى جماعات المصلحة، والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين، والترشيح للمناصب العامة وتقلد المناصب السياسية.

377 J.P.P plamenatz ,Concent ,freedomand political obligation ,,(london,Oxford University Press ,1975) ,p.144.

378 اسماعيل علي سعد ، قضايا علم الاجتماع السياسي (الاسكندرة ، دار المعرفة الجامعية 1981) ص 208

379 lerter Milbrath, political participation : how people get involved in politics (Chicago , rand Mc Nally Company, 1965)p.39.

380 سهام بن رحو:المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في تونس والجزائر(دراسة مقارنة)، دراسة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام

والسياسة، جامعة وهران، الجزائر، 2007.2006

381 السيد عليوة، مني محمود: مرجع سابق الذكر.

ويعتبر التصويت أكثر أنماط المشاركة السياسية شيوعاً حيث تعرفه الأنظمة الديمقراطية وغير الديمقراطية على السواء مع خلاف في دلالته ودرجة تأثيره، فهو في الأولى آلية للمفاضلة بين المرشحين واختيار شاغلي المناصب السياسية بدرجة كبيرة من الحرية، ولكنه ليس كذلك في الأنظمة التسلطية إذ تعد الانتخابات هناك أداة لمن هم في موقع السلطة يستخدمونها للدعاية وكسب التأييد والشرعية أكثر منها أداة لاختيار السياسي الوعي والتأثير في شئون الحكم والسياسة من قبل الجماهير، ولهذا قد يعتبر الامتناع عن التصويت لوناً من الاحتجاج الصامت.

2 . أنشطة غير تقليدية : بعضها قانوني مثل الشكوى، وبعضها قانوني في بعض البلاد وغير قانوني في بلاد أخرى كالتظاهر والإضراب وغيره من السلوكيات السلبية.

وتعتبر المشاركة السياسية شكلاً من أشكال التعليم، حيث يتعلم المواطنون من خلالها حقوقهم وواجباتهم، وهذا يؤدي بدوره إلى معرفة تامة وإدراك كبير لهذه الحقوق والواجبات، وإلى مزيد من الواقعية والمرونة في مطالب هؤلاء المواطنين.

فالمشاركة السياسية ترتبط بالمسؤولية الاجتماعية التي تقوم على أساس الموازنة بين الحقوق والواجبات لذلك فهي سمة من سمات النظم الديمقراطية حيث يتوقف نمو وتطور الديمقراطية على مدى اتساع نطاق المشاركة وجعلها حققاً يتمتع بها كل إنسان في المجتمع.

كما تؤدي المشاركة إلى مزيد من الاستقرار والنظام في المجتمع مما يؤدي بدوره إلى توسيع وتعزيز الإحساس بشرعية النظام .. ذلك أن المشاركة تعطي الجماهير حقاً ديمقراطياً يمكنهم من محاسبة المسؤولين عن أعمالهم إذا ما قصرت في الأداء، ذلك لأن المواطنين لديهم معرفة وعلم بمحريات الأمور يمكنهم الحكم تماماً على مدى جودة الأداء الحكومي . بالإضافة إلى أن المشاركة تدعم العلاقة بين الفرد ومجتمعه. الأمر الذي سينعكس بالضرورة على شعوره بالانتماء لوطنه الكبير.

كما أن المشاركة تجعل الجماهير أكثر إدراكاً لحجم المشاكل المتعلقة بمجتمعهم وللإمكانات المتاحة لها فتفتح باباً للتعاون البناء بين الجماهير والمؤسسات الحكومية.

إن المشاركة الحقيقية تعنى في كثير من الأحيان تدعيم الفكر الحكومي بكثير من الآراء الجماهيرية الصالحة التي لم تتأثر بتقاليد البيروقراطية وحدودها، كما أنها تؤدي إلى قيام الجماهير بتنظيم أنفسهم في جمعيات أهلية تساند الهيئات الحكومية في مقابلة الاحتياجات العامة للجماهير ككل.

والمشاركة من خلال الهيئات التطوعية تفتح في بعض الأحيان ميادين للخدمات والنشاط وهي بذلك بجانب مساحتها المادية والمعنوية توجه الأنظار إلى ميادين جديدة، كما أنها . أي المشاركة . تزيد

من الوعي العام للجماهير، لاضطرار القائمين عليها إلى شرح أبعاد الخدمات والمشروعات باستمرار بغرض حث الجماهير على الاشتراك والمساهمة فيها.

كما أن المشاركة تعود المواطنين الحرص على المال العام، وهي مشكلة تعانى منها غالبية الدول النامية، حيث يتعرض هذا المال إلى الإهدار وسوء الاستعمال من جانب المواطنين، ويرجع ذلك إلى تصور إدراكم بأن المال العام هو في حقيقته نابع من أموالهم الخاصة، وأن سوء استعمال المرافق العامة أو عدم الاهتمام بصيانتها يؤدى بالضرورة إلى تقصير فترات عمرها الافتراضية، وبالتالي يكون عليهم تحمل الأعباء المالية الالزام لصيانة هذه المرافق وتجديدها وإعادة بناءها. فإذا ما شارك هؤلاء المواطنون في إنشاء هذه المرافق تصبح قيمتها في نظرهم مساوية لأموالهم الخاصة تماماً فيحرصون على حسن استخدامها.

بالإضافة إلى أن مشاركة المواطنين في المساهمة في تحمل مسؤولية صنع القرار يسهل كثيراً في عملية تنفيذ الخطط والبرامج، ذلك لأن تقبل المواطنين لأى مشروعات قائمة أو جديدة، وكذلك العمل على إتمام نجاح هذه المشروعات لا يتم إلا إذا شارك المواطنون في التخطيط لهذه المشروعات بناء على معرفتهم التامة وإدراكم لفوائد هذه المشروعات وأهميتها.

وأيضاً من خلال المشاركة الجماهيرية يمكن تحقيق كل أهداف المجتمع بشكل يضمن تحقيق الحد الأقصى من الفوائد وبأسلوب يتلاءم مع احتياجات ورغبات وقدرات الجماهير.

كما تسهم المشاركة وتزيد من ارتباط الجماهير بالنظام وأهدافه، وترفع من شأن الولاء والتأثير والمسؤولية، وتحسن من الفاعلية، وترفع من مستوى الأداء وتحقق التكيف الاجتماعي، وتقضى على صور استغلال السلطة والاغتراب وتحقق قيمة المساواة والحرية.

فأهمية المشاركة تأتى من أنها عملية لنقل وإبلاغ حاجات المواطنين إلى الحكومة. ولكنها أيضاً تهدف إلى التأثير على سلوك الحكماء وذلك بتوصيل معلومات عن الأولويات التي تفضلها الجماهير، وأيضاً من خلال الضغط على هؤلاء الحكماء ليعملوا وفق هذه الأولويات. وبذلك تتسع فرص المشاركة. فتقل عمليات استغلال السلطة والشعور بالاغتراب لدى الجماهير. وتحقيق قيم المساواة والحرية مما يؤدى إلى الاستقرار العام في المجتمع، الأمر الذي يساعد على تحقيق الشروط الاجتماعية والثقافية والسياسية لنجاح خطط التنمية المختلفة.

والمشاركة مبدأ أساسى من مبادئ تنمية المجتمع، فالتنمية الحقيقة الناجحة لا تتم بدون مشاركة، كما أن المشاركة تعتبر أفضل وسيلة لتدعم وتنمية الشخصية الديمقراطية على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع، وهى في نفس الوقت من أبسط حقوق المواطن، وهى حق أساسى يجب أن يتمتع به كل

مواطن يعيش في مجتمعه، فمن حقه أن يختار حكامه وأن يختار نوابه الذين يقومون بالرقابة على الحكم وتوجيههم لما فيه مصلحة الشعب.

كما أنه من خلال المشاركة يمكن أن يقوم الفرد بدور في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية لمجتمعه، بقصد تحقيق أهداف التنمية الشاملة على أن تتاح الفرصة لكل مواطن لكي يسهم في وضع هذه الأهداف وتحديدها والتعرف على أفضل الوسائل والأساليب لتحقيقها، وعلى أن يكون اشتراك المواطنين في تلك الجهود بناء على رغبة منهم في القيام بهذا الدور دون ضغط أو إجبار من جانب السلطات وفي هذه الحالة يمكن القول بأن هذه المشاركة تترجم شعور المواطنين بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعهم والمشكلات المشتركة التي تواجههم والرغبة في تحويل الأهداف التي يريدون بلوغها إلى واقع ملموس.

المطلب الثالث عشر: الآثار الإيجابية للمشاركة السياسية على الأفراد:

تؤثر المشاركة على الأفراد وعلى السياسة العامة للدولة .. فعلى مستوى الفرد تتمى المشاركة فيه الشعور بالكرامة والقيمة والأهمية السياسية وتبه كلا من الحاكم والمحكوم إلى واجباته ومسؤولياته وتنهض بمستوى الوعي السياسي. كما أنها تساعد على خلق المواطن المنتمي الذي يعد عماد قوة وعافية الجسد السياسي.

وعلى صعيد السياسة العامة تجلب المشاركة أكبر منفعة لأكبر عدد من الأفراد إذ أنها تدفع الحاكم إلى الاستجابة لمطالب المواطنين وتسهم في إعادة توزيع موارد المجتمع بشكل أكثر عدالة .. ومن ثم حيث يؤدي ازدياد عدد المشاركون إلى مزيد من العدالة الاقتصادية والاجتماعية عن طريق قيام الحكومة بإعادة توزيع الدخل والثروة.³⁸²

وختاماً، إذا كان الإعلان العالمي لحقوق الإنسان يؤكد أن "الاعتراف بالكرامة المتأصلة وبالحقوق المتساوية والثابتة لجميع أفراد الأسرة البشرية هو أساس الحرية والعدل والسلام في العالم".

فإنه من باب أولى الاعتراف بحق الشباب في المشاركة السياسية وفي المساهمة في اتخاذ القرار السياسي من داخل الأحزاب السياسية بإتاحة الفرصة للشباب للوصول إلى مراكز قيادية داخل الأحزاب السياسية ومن داخل المجالس التشريعية بتخصيص نسبة مئوية خاصة بتمثيلية الشباب واقتصر ألا تقل عن 20% من داخل الحكومات وهذه الدعوة توجه إلى الحكام والمسؤولين في العالم العربي وذلکم بضم دماء شابة جديدة في شريان الحكومات وتشبيب الوزارات من الداخل من جهة ومن جهة أخرى

³⁸² محسن الندوى، مرجع سابق.

تشجيع الشباب على المشاركة السياسية من داخل الأحزاب السياسية بسن قوانين الأحزاب السياسية التي تحدد نسبة تمثيلية الشباب في أعلى هيئة تمثيلية للأحزاب السياسية .³⁸³

وأخيراً، فالشباب عموماً هم ثروة الشعوب الحقيقة في عالمنا العربي، فهم الحاضر والمستقبل، هم الأمل والطموح لكل تقدم وتنمية أكانت سياسية أم اجتماعية أم اقتصادية أم ثقافية ولذلك وجب صون كرامة الشباب بإعادة الاعتبار لدورهم في المجتمع ومشاركتهم في الحياة السياسية وال العامة .

المبحث الثالث: المشاركة السياسية والتنمية:

تتضمن التنمية في إحدى جوانبها، تنمية روح المواطنة والولاء، والمشاركة السياسية، هذه الأخيرة التي هي في الأخيرة أقوى مؤشر لقياس مدى تطور أو تخلف مجتمع ما ونظامه السياسي، فقد اعتبر "هنتنجهتون" المشاركة أحد عناصر التنمية التي لا يمكنها الانفصال عنها بتاتاً، وقد اقترنـت التنمية السياسية لديه بالعلاقة بين المؤسسة السياسية والمشاركة السياسية، من ناحية أخرى.³⁸⁴

تعرف التنمية على أنها توحيد جهود جميع المواطنين مع الجهود الحكومية لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية للجماهير، وربطـهم بظروف مجتمعـهم ونمط الحياة فيه، وتمكـينـهم من المـساهمـة في تحقيق التـقدـم والـرقـى بـمجـتمـعـهم.³⁸⁵

وبالتالي هناك ارتباط وثيق وتأثير متبادل بين المشاركة والتنمية حيث تتيـحـ التـنـمـيـة فـرـصـاً أـكـبـر لتوسيـعـ مـجاـلـاتـ المـشارـكةـ، كما تـخـلـقـ الحـافـرـ للمـشارـكةـ. فيـ الـوقـتـ الـذـي تـسـمـعـ المـشارـكةـ بـمـارـسـةـ الجـماـهـيرـ ضـغـوطـاً عـلـىـ صـانـعـ الـقرـارـ لـاتـخـاذـ سـيـاسـاتـ لـصـالـحـ قـضـائـاـ التـنـمـيـةـ.

وتعد المشاركة السياسية واحدة من أهم مؤشرات ودلـالـاتـ التـنـمـيـةـ فيـ أيـ مجـتمـعـ، إذ لا يمكن

ال الحديث عن التنمية بمفهومها الشامل دون التطرق لموضوعة المشاركة السياسية، ودون التعرض لدور الرجل والمرأة في هذه العملية التنمية على حد سواء، وسعى المواطن من أجل التأثير في خطط ومشروعـاتـ التـنـمـيـةـ منـ خـلـالـ قـنـواتـ المـشارـكةـ السـيـاسـيـةـ، وـعـلـيـهـ فإنـ درـجـةـ مـشـارـكـةـ المـواـطنـ وـفـاعـلـيـتـهاـ تـنـعـكـسـ إـيجـابـاًـ فيـ السـيـاسـاتـ التـنـمـيـةـ، معـ ضـرـورةـ التـأـكـيدـ عـلـىـ أنـ أـيـةـ مـحاـولةـ لـفـهـمـ وـدـرـاسـةـ التـغـيـرـ الـاجـتمـاعـيـ لاـ يـمـكـنـ عـزـلـهـ عـنـ دـورـ المـشارـكةـ السـيـاسـيـةـ باـعـتـبارـهـاـ تمـثـلـ الـأـدـاـةـ الـفـعـالـةـ لـلـتـغـيـرـ وـالـتـطـوـيرـ فيـ الـجـمـعـ .

³⁸³ المرجع السابق.

³⁸⁴ ناجي عبد النور: أزمة المشاركة السياسية في الجزائر" دراسة تحليلية للانتخابات التشريعية 2007 pdf.

³⁸⁵ السيد عليوة، مني محمود: مرجع سابق ذكره.

كما أن التنمية ترتبط في حقيقة الأمر دائماً بالبيئة السياسية للأفراد ، واستحالتهم من مجرد رعايا تابعين لا مبالين إلى مواطنين نشطاء ملتزمين وفاعلين في مجتمعهم وفاهمين لما يدور فيه من أحداث ومستجدات سياسية واجتماعية تخصهم وتخص مجتمعهم.

غير أن التنمية السياسية تبدأ عادةً ببناء المؤسسات الديمقراطية ، التي تسمح بدخول شرائح واسعة من السكان في العملية السياسية ، زيادة على ذلك كفالة الحقوق والحريات المدنية والسياسية ، وتوفير الوسائل والقنوات الشرعية التي تمكّنهم من التأثير في عملية اتخاذ القرار السياسي ، وتغيير بناء التمثيل السياسي كلما اقتضى الأمر ذلك ، مما يتبع الفرصة لتأكيد دور المواطنين في الحياة السياسية ، وظهور مستويات جديدة من الولاءات والانتماءات السياسية³⁸⁶ ، ومن ثم يقال أن التنمية السياسية بما تحمله في طياتها من أسس ومبادئ في معناها الحقيقي، وذلك في رأي معظم الناس، هي بناء الديمقراطية، أي أنها لا تستطيع التحدث عن التنمية ولا تستطيع تحقيقها ما لم تكن هناك ديمقراطية واضحة ومن ثم توفير الفرصة للمشاركة السياسية خاصة من طرف المواطنين أو عامة الشعب الذي كثيراً ما يسلب منه هذا الحق وإن أعطي له لا يكون بطرق شرعية وشفافة بل تدخل فيه الكثير من الإلتواءات السياسية. والتغيب والخداع. هذا الأمر نلمسه كثيراً في الأنظمة التي لا تطبق فيها الديمقراطية .

وجوهر الديمقراطية الحقيقي هو المشاركة السياسية، وتوسيع قاعدة المشاركة الشعبية في صنع القرارات التي تؤثر في حياة الجماهير حاضراً ومستقبلاً، ويدخل في المشاركة صناعة القرارات الخاصة بكيفية توسيع القاعدة الإنتاجية وتنويعها، والقرارات الخاصة بكيفية توزيع العائد، وكيفية فرص الحياة، وكيفية تعظيم المساواة.³⁸⁷

" Robert berghinham وللتنمية السياسية تعاريف متعددة فقد عرفها "روبرت برنهام" حسب خمس مدلولات:³⁸⁸

- مدلول قانوني: يهتم بالبناء الدستوري للدولة، بمعنى الأسس الديمقراطية بكل أبعادها.
- مدلول اقتصادي: يعني تحقيق نمو اقتصادي يتافق ومتطلبات الشعب الاقتصادية.

³⁸⁶ لل Mizid عد إلى:

أحمد وهبان: التخلف السياسي وغايات التنمية، الإسكندرية : الدار الجامعية، 2002-2003، ص 122.

³⁸⁷ أحمد وهبان، المرجع نفسه ذكره، ص 123.

³⁸⁸ مصطفى الصوفي: الجماعات المحلية والتنمية السياسية: www.safipness.com

- مدلول إداري: ضرورة وجود إدارة مواطنة ملتزمة باحترام مبادئ المشروعية الإدارية والقانونية مع تحقيق شروط الفعالية والكفاءة والعقلانية.

- مدلول سياسي: تحقيق الانصهار في منظومة مجتمعية ومشاركة في الحياة السياسية.

- مدلول ثقافي: التنمية عبارة عن تحديث يأتي نتيجة لثقافة سياسية معينة.

وهناك من يعرف التنمية السياسية على أساس مؤشرات معينة:³⁸⁹

1- تحقيق المساواة بين جميع مواطني المجتمع بغض النظر عن الاختلافات العرقية والانتماءات والثقافة الفرعية.

2- مشاركة الجماهير في صنع القرارات ديمقراطيا من خلال النظم البرلمانية والمؤسسات الدستورية والقانونية (توفر قنوات شرعية تمكن المواطنين من المشاركة).

3- عدم تركيز السلطة في يد هيئة واحدة وتحقيق الفصل بين السلطات.

4- قيام السلطة على أساس عقلانية رشيدة.

5- نمو قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتها الحقيقة والتعامل معها تعاماً رشيداً.

6- تحقيق الوحدة من التكامل السياسي بين أجزاء المجتمع من خلال كفاءة نظم التنمية السياسية

وقد وضع "لوسيان باعا" قائمة شاملة تضمن تعريفات مختلفة للتنمية السياسية من بينها:³⁹⁰

- التنمية السياسية هي: التحديث السياسي، التعبئة السياسية، بناء الديمقراطية، تحقيق

الاستقرار ، التغيير الاجتماعي، التنمية الإدارية والقانونية ...

ويرى كل من "غابرييل الموند" و "بنكام باول" أن التنمية السياسية تمثل استجابة النظام

السياسي للتغيرات في البيئة المجتمعية والدولية، وبالذات استجابة النظام لتحديات بناء

الدولة وبناء الأمة ومشاركة السياسية.³⁹¹

³⁸⁹ نبيل السمالوطى: بناء القوة والتنمية السياسية، فى: أحمد وهبان ، التحالف السياسي وغايات التنمية السياسية، القاهرة: دار الجامعة الجديدة ، 2000، ص 106.

³⁹⁰ عن: تامر كامل محمد الخزرجي: النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة(دراسة معاصرة في استراتيجية إدارة السلطة)، عمان: دار مجلداوي، 2004، ص 138.

³⁹¹ ناجي عبد النور: أزمة المشاركة السياسية في الجزائر، مرجع سبق ذكره.

ومن هنا نستطيع القول أن التنمية السياسية هي عملية سياسية تستهدف تعبئة الجماهير، وزيادة وعيهم لرفع مستوى مشاركتهم في الحياة السياسية لتدعم المؤسسات الديمقراطية وتحقيق الاستقرار والتكامل.

وقد تصبح المشاركة السيئة أزمة من أزمات التنمية السياسية، عندما تأخذ جماعات جديدة بالطلبة بإشراكها في الحكم على نحو آخر، وفي الوقت نفسه تنطوي على أزمة شرعية وتشكل تحديداً لمركز الجماعة الحاكمة وعلى الأخص إذ بدت هذه الأخيرة لا تستجيب إلى مطالب القوى الصاعدة ولا ريب أن كل ما يؤدي إلى تغيير المجتمع مادياً كالتصنيع والتكنولوجيا أو إعادة النظر في النظم الزراعية وغير ذلك يؤدي إلى تصاعد جماعات اجتماعية تطالب بإشراكها في الحكم.³⁹²

واستناداً إلى ما تقدم فإن المشاركة السياسية تصبح أزمة في حالات هي:³⁹³

1- ظهور جماعات تطالب بالاشتراك في الحكم .

2- عدم استجابة الجماعات الحاكمة إلى مطالب القوى الاجتماعية الصاعدة .

تبعد أزمة المشاركة السياسية عن عجز النظام عن سد الاحتياجات المتعلقة بالمشاركة السياسية لجزء كبير من أبناء المجتمع ، ولا ترجع هذه الأزمة إلى سبب بعينه بل إن هناك عوامل عديدة والتي تتدخل لتشكل هذه الأزمة، وهي في حقيقة الأمر جزء من حلقة متصلة مع بعضها من الأزمات التي تعاني منها الكثير من الدول خصوصاً في العالم العربي ، مثل أزمة الشرعية، أزمة الهوية، أزمة التوزيع، أزمة التدخل، أزمة التكامل، فظهور أزمة من هذه الأزمات لا يعني أنها بعينها الأزمة الموجودة في هذا البلد أو ذاك ، بل أن وجودها يعني أن هذا النظام به العديد من الأزمات، بعبارة أخرى إن كل أزمة تؤدي إلى أزمة أو أزمات متتابعة أو متزامنة مع بعضها.

وهناك العديد من الأسباب التي يمكن أن تؤدي إلى ظهور أزمة المشاركة منها:³⁹⁴

- عدم وجود وسائل إعلام محايضة، بل نجد أن كثيراً من وسائل الإعلام ، وخصوصاً في المجتمع العربي محتكرة من قبل السلطة، وإن ما يطرح على المجتمع إنما هو انعكاس لرغبات السلطة

³⁹² المرجع نفسه.

³⁹³ المرجع نفسه.

³⁹⁴ ناجي عبد النور: أزمة المشاركة السياسية في الجزائر، مرجع سابق.

السياسية التي تتأثر غالباً بنوعية الرسالة الإعلامية المراد تلقينها للمجتمع، وهي في الغالب رسالة ذات اتجاه واحد وليس نتيجة لتفاعل بين الأطراف المختلفة في المجتمع.

- أسلوب التنشئة السياسية.
- حداثة التجارب الديمقراطية.
- هشاشة أو غياب المؤسسات التنظيمية الفاعلة.
- الموروث الثقيل.
- الضعف الكامن في الأمة.
- استئثار فئة قليلة في المجتمع في إدارة عجلة التنمية الاقتصادية على وجه الخصوص .

المبحث الرابع: المشاركة السياسية في الإسلام:

أقامت الشريعة الإسلامية العلاقة الاجتماعية بين المسلمين قاطبة حاكمهم ومحكومهم،³⁹⁵ غنيهم وفقيرهم، ذكرهم وأنثاهم، قويهم وضعيفهم ،على أساس الأخوة الإيمانية الراسخة، والوحدة الصلبة الراسخة، الدائمة. و المشاركة الفعالة في القضايا العامة ، وإحساس الواحد بهم بشعور الجماعة ، والحرص على رعاية مصالح الأمة العامة والعليا ، وقضايا المجتمع المتماスク الواحد، وذلك واضح في دعوة القرآن الكريم إلى وحدة الأمة في السلم وال الحرب و في الداخل وفي الخارج فقال تعالى: إن هذه أمتك أمة واحدة "الأنبياء" 92/21.³⁹⁶

ودعوته الهدافة إلى التمسك بأصول النظام الواحد المتمثل بالقرآن و الملة والأهداف الكبرى، فقال سبحانه وتعالى: "واعتصموا بحب الله جميعا ولا تفرقوا".آل عمران 103.

وحب الله هو القرآن والإسلام والتوحيد.

وأوضح النبي صلى الله عليه وسلم مبدأ تكوين الأمة الإسلامية ، وهو وحدتها في ممارسة أنشطتها الحساسة والحيوية، فقال: ذمة المسلمين واحدة يسعى بها أدناهم ، أي عهدهم واحد ومعاهدهم تعم الكل.³⁹⁶

³⁹⁵ وهبة الزحيلي، حق الحرية في العالم، دمشق: دار الفكر، ط 4، 2007، ص 60.

³⁹⁶ نفس المرجع.

تمثل حرية المشاركة السياسية في الإسلام بالدرجة الأولى بمبدأ الشورى في ممارسة الحكم وسلطات الحاكم لتحقيق الاستقرار ، والاستمرار ، والقوة ، والمتنانة والوحدة ، وبذلك قضى الإسلام على ظاهرة الاستبداد في الحكم والرأي والطبقية والعنصرية، حتى لا تعصف الأهواء بالنفوس، وينحدر إلى الفساد والدمار والضياع، وهذا ما تسميه الديمقراطيات الغربية بـالمبدأ الديمقراطي.³⁹⁷

إن الشورى أساس الحكم الصالح، وهي السبيل إلى تبيين الحق ، ومعرفة الآراء الناضجة، والنجاح في إدارة شؤون الجماعة، وكان الأساس في الاستشارة كفالة الحرية التامة في إبداء الآراء ، ما لم تمس أصلاً من أصول العقيدة ، أو العبادة، وبتقرير القرآن مبدأ الشورى قضى الإسلام على الاستبداد بالرأي والحكم، وحقق الإنسان كرامته الفكرية، وللجماعة حقها الطبيعي في تدبير شؤونها.³⁹⁸

إن من أهم دعائم، أو خصائص، أو أصول نظام الحكم في الإسلام قيامها على العدل والشورى، والمساواة والحرية، ولقد ترجم نظام الخلافة الراشدة مبدأ الشورى إلى واقع فعلي في اختيار خليفة إثر وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم ، وظهر ذلك واضحاً في اجتماع سقيفة بني ساعدة لتعيين خليفة.³⁹⁹

المبحث الخامس: دور الشباب في المشاركة السياسية:

لا شك أن قضية الشباب تطرح نفسها بكل ثقلها في هذه المرحلة من العمل الوطني لأسباب تتعلق بهموم الشباب نفسه ولأسباب تتعلق بمتغيرات المجتمع وتوجهاته الجديدة وافرازاته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والعلمية. ويزيد من صعوبة التناول لقضية الشباب أنه ليس قطاعاً رأسياً يمكن دراسته والبحث عن قضاياه المتعددة بسهولة كما في القطاعات الرئيسية الأخرى في المجتمع. فالشباب قطاع أفقى يتغلغل داخل كل القطاعات التي يتكون منها البنيان السكاني. والشباب هو نتاج المجتمع بما فيه من نجاحات وإنخفاقات، ومن عوامل مؤثرة وما يملك من حصاد التجربة وارث الحضارة فالشباب هم نصف الحاضر وكل المستقبل .

³⁹⁷ المرجع السابق،ص 161.

³⁹⁸ وهبة الزحيلي ، مرجع سبق ذكره،ص 161.

³⁹⁹ نفس المرجع،ص 162.

ولأن الشباب في مصر يمثل أكثر من 60 % من مجموع السكان فهو عنصر فاعل وحامض في قضايا التنمية، فالتنمية لابد أن تبدأ من الشباب لأنه يملك الطاقة والقدرة على العطاء. فنحن نملك ثروة بشرية قادرة على العمل والإنتاج، وإذا كان البعض ينظر إلى هذه الإمكانيات البشرية كعبء أو كمشكلة، فإن البعض الآخر يرى فيه الحل لكافة مشاكل المجتمع.

وإذا كانت هناك اتجهادات عديدة لبلورة إطار محدد لمفهوم الشباب ، فإنه يمكن على الأقل التمييز بين اتجاهين رئيسيين في هذا المجال.. أحدهما يرى الشباب مجرد مرحلة محدودة من العمر ، وثانيهما يرى الشباب حالة نفسية تمر بالإنسان ويمكن أن تعيش معه في أي مرحلة عمرية ، وتميز بالحيوية والقدرة على التعلم ومرنة العلاقات الإنسانية.

وطبقاً للاتجاه الأول فإن المقصود بالشباب هو المرحلة العمرية التالية للصبا والسابقة للنضج فتتحصر ما بين 15 - 25 عاماً (وأحياناً 35 عاماً) وهي مرحلة مفعمة بالطاقة والنشاط وإمكانية اكتساب الجديد من المعارف والمعلومات والمهارات وتحمل المسؤولية إلى جانب مرنة وعدم جمود العلاقات الإنسانية. ويؤكد علماء النفس أن مرحلة الشباب عبارة عن مرحلة نمو وانتقال بين الطفولة والرشد لها خصائصها المتميزة قبلها وبعدها وقد تخللها اضطرابات ومشكلات يسببها ما يتعرض له الشباب في الأسرة والمدرسة والمجتمع من ضغوط. فهي مرحلة تحقيق ذات ونمو الشخصية وصقلها .. وهي نقطة ضعف وثغرة ويمكن إلقاء الضوء على دور الشباب في المشاركة من خلال النقاط التالية :

أولاً : سمات مرحلة الشباب

تعد مرحلة الشباب من أهم مراحل الحياة فخلالها يكتسب الفرد مهاراته الإنسانية البدنية والعقلية والنفسية والاجتماعية الالازمة لتدبير شؤون حياته وتنظيم علاقاته مع الآخرين.

1. الاستعداد للتغيير : ولأن الشباب بحكم الطبيعة مرحلة تغير بيولوجي ونفسي واجتماعي يعيشها الإنسان، فإنها يمكن أن تتتسق مع تغيرات مقابلة في الثقافة المادية والمعنوية. وأساليب الحياة وطرقها، تلك التغيرات التي تعنى بها وتستهدفها التنمية وبالتالي فإن التنمية كتغير تحد أخصب الفرص وأثرها للنجاح في وسط بيئة الشباب المتغيرة بطبيعتها. ويؤكد ذلك أن الفرد في مرحلة الشباب يكون في طور تلقى واكتساب قيم المجتمع وتقاليده وعاداته. ولم ترسخ بعد في نفسه أو تتغلغل في ذاته ومن ثم لم تصبح جزءاً وطيداً من نسيجه القيمي والثقافي. وهو ما يجعل تقبله للقيم الجديدة التي تأتي بها التنمية أكثر يسراً وبساطة إذا ما قورن بكمبار السن الناضجين أولئك الذين أصبحت القيم والثقافة السائدة جزءاً لا

يتجزأ من خصائصهم الذاتية ويصادرون بالدفاع عنها ضد محاولات تغييرها، ومن ثم لا يلانون جهود التنمية في هذا المضمار بالمقاومة والصد والرفض.

2. الطموح والتطلع للمستقبل : تتميز مرحلة الشباب بأنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطمومات عريضة في إطار من المثاليات. فمرحلة الشباب هي المرحلة التي تمثل فيها وبدرجة عميقة المثل العليا للحياة، وتبدو فيها واضحًا التطلع للمستقبل زاهر قبل أن تأتي مراحل العمر التالية لتصدمه خلال الحياة بمعاناتها وتطحنه بصراعاتها وفرض عليه التكيف بالتنازل عن كثير من آماله وطموماته ومثالياته التي عاشها خلال مرحلة الشباب. وهذا يجعل من الطبيعي أن يكون الشباب هم أكثر فئات المجتمع مساندة لعملية التنمية، وهم جيشها الحقيقي القادر على تحمل مسئوليات تضحياتها من منطلق رغبتهم الأكيدة وتعلّعهم إلى بناء مستقبلهم من خلال هذه التنمية.

3. التذبذب والتردد : والشباب في كل مجتمع وإن كانوا نبع الطاقة الحيوية، فإنه يشكل مجموعة من المتناقضات التي لابد من فهمها وتقبلها. فالفرد خلال هذه المرحلة العمرية تتباين مشاعر وأحساس شديدة التقلب وتنعكس على تصرفاته بنفس الدرجة فهو قد يكون مرحًا في يوم عابسًا في يوم آخر، عقلانياً تارة وعابشاً تارة أخرى قابلاً للنصح والإرشاد في فترة ورافضاً وساخطاً في فترة أخرى. هذا التذبذب في التفكير والمشاعر والسلوك بين وقت وآخر، يعكس الصراع الذي يدور داخل الشباب جسدياً وعقلياً وافعاليًا، فهو حائر بين طموحه اللامائي وإمكانات تحد من هذا الطموح.

4. القدرة على اكتساب المعلومات : فقد أدى العصر الحديث بمتغيراته المتنوعة وثورة الاتصال والتقدم الهائل في تقنياته ووسائله، إلى تيسير حصول الشباب على كم كبير من المعلومات في أي مجال من مجالات المعرفة. فالبيئة المحيطة بالشباب توج بالمعلومات من خلال وسائل الاتصال المختلفة، فضلاً عن أن الشباب أصبح معرضاً بدرجة أكبر من شباب الأجيال السابقة. لآراء متعددة ووجهات نظر متباينة وأفكار مختلفة في مختلف مجالات وميادين الحياة مثل الدين والاجتماع والاقتصاد والسياسة والأخلاق. ولا شك أن هذا الاتساع الرحب للمعارف والأراء المتاحة يعد في صالح الجيل الراهن من الشباب، إلا أن ذلك يواكه في نفس الوقت عدم توافر سبل الإرشاد لإيضاح ما هو زائف وما هو صحيح في وسط هذا الخضم المتلاطم من المعلومات والأراء المتدافعه. مما يعد مصدرًا رئيسياً لكثير من مشاكل شباب الجيل الحالي.⁴⁰⁰

⁴⁰⁰ السيد عليوة، مني محمود: مرجع سابق.

هذا بالإضافة إلى أن نسبة كبيرة من شباب الجيل الحالي قد حظيت بتلقى تعليم نظامي أعلى بكثير في المستوى وأطول في المدة من الأجيال السابقة، مما أسهم في تحسين مستوى النضج العقلي الانفعالي لشباب اليوم إذا ما قورن بأقرانهم في العمر من الأجيال السابقة، وهو ما انعكس على كون الشباب المعاصر يشكل مجموعة مستنيرة ولديها خبرة في أمور عديدة بدرجة لم تكن متوفرة لأمثالم في فترات سابقة مما خلق مشاكل الاغتراب عن المجتمع، لعدم قدرة المجتمع على استيعاب إمكاناتهم الجديدة والملاحقة، فكان المقابل مزيد من النقد الصريح والرفض من جانبهم لأفكار الكبار وأسلوبهم في الحياة.

401 يحتاج فيها الشباب إلى مساعدته للأخذ بيده وهو يعبرها ليصل إلى مرحلة الرشد سلام.

المبحث السادس: المشاركة السياسية والتنشئة :

تعد المشاركة السياسية واحدة من أهم مؤشرات ودلالات التنمية في أي مجتمع، إذ لا يمكن الحديث عن التنمية بمفهومها الشامل دون التطرق لموضوعة المشاركة السياسية، ودون التعرض لدور المرأة في هذه التنمية، وسعيها من أجل التأثير في خطط ومشروعات التنمية من خلال قنوات المشاركة السياسية، وعليه فإن درجة مشاركة المرأة وفاعليتها تتعكس إيجاباً في السياسات التنموية، مع ضرورة التأكيد على أن أية محاولة لفهم ودراسة التغير الاجتماعي لا يمكن عزلها عن دور المرأة باعتبارها تمثل أكثر من نصف المجتمع .

وتتوقف مشاركة الفرد في الحياة السياسية جزئياً على كم ونوعية المنبهات السياسية التي يتعرض لها. غير أن مجرد التعرض للمنبه السياسي لا يكفى وحده لدفع الفرد إلى المشاركة السياسية وإنما لابد أيضاً أن يتتوفر لديه قدر معقول من الاهتمام السياسي، وهو ما يتوقف على نوعية خبرات تنشئته المبكرة.

فالتجارب والخبرات التي تحدث في مرحلة الطفولة تلعب دوراً هاماً في تشكيل اتجاهات الأفراد وتوجيه سلوكهم الفعلي فيما بعد، ويستمر تأثير هذه التجارب والخبرات على الأفراد طوال سنوات المراهقة والنضج.

401 المرجع نفسه

ولما كانت التنشئة لا تقف عند المراحل الأولى من العمر بل إنها تحدث طوال حياة الفرد فإنه يمكن القول أن كل ما يتعلمه الفرد، وما يمر به من خبرات وتجارب على مدى عمره من الطفولة و حتى الكهولة ، يؤثر بدرجة كبيرة على مدى مشاركته السياسية.

المبحث السابع: المشاركة الانتخابية (الانتخاباب):

تعد المشاركة الانتخابية من أحسن صور المشاركة السياسية وأكثرها وضوحا في جميع بلدان العالم وبمجتمعها ، بغض النظر عن طبيعة أنظمتها السائدة ، والمشاركة الانتخابية هي الأكثر استخداما خاصة في الدول النامية، كما انه بمجرد التكلم عن المشاركة السياسية يتadar في الأذهان مباشرة الانتخاب ذلك أن الاعتقاد السائد لدى الكثير هو أن المشاركة الانتخابية نفسها المشاركة السياسية ، مهملين بذلك ما للمشاركة السياسية من صور أخرى كالانضمام إلى الأحزاب السياسية، والترشح ، والمشاركة في المنظمات بأنواعها كالمنظمات المهنية والنقابات ومتابعة الأخبار السياسية ومجريات المجتمع السياسية إلى غير ذلك من أوجه المشاركة السياسية في المجتمع.

ويعتبر الانتخاب الصورة الحقيقة والواقعية ، والعملية لممارسة المشاركة السياسية، فكثيرا ما تقاس فعالية الديمقراطية والأنظمة بنسبة المشاركة في الانتخابات أو التصويت، حيث إذا كانت النسبة كبيرة هنا يمكن الحكم على هذه الدول أو الأنظمة إنها فعالة وديمقراطية، كما أن الانتخابات إحدى الوسائل الرئيسية للديمقراطية، حيث إنها آلية رئيسية إلى جانب آليات أخرى كال唛دية السياسية والأحزاب السياسية والمناخ العام والثقافة السائدة.⁴⁰²

ويسمح الانتخاب بالتأثير في القرار السياسي، وهذا عن طريق الاختيار في ظل الملاعة ، كشرط أساسى لتكوين السوق السياسية المبنية على التنافس و الاختيار ، و معناه المشاركة الحرة في صناعة القرار، والمشاركة السياسية تحكم فيها عناصر ، كالكتفاعة الشخصية والسياسية، فالأخلى حسب تعبير ألموند وفيريا، تعنى الثقة بالنفس ، فالمواطن الذي يثق بنفسه هو الذي يشارك ، و يرجع شرار شوانزنبغ أزمة المشاركة السياسية والانتخابية إلى شعور الأفراد بعدم جدو الفعالية الشخصية، الشيء

⁴⁰² جمال عبي زهران،الأصول الديمقراطية والاصلاح السياسي، القاهرة : مكتبة الشروق الدولية، ط 1، 2005، ص

الذي يحول دون استعمال قوة الصوت الانتخابي، وتنتصر الثقافات الهامشية التي تغذى الاغتراب السياسي، حيث الشعور بغريبة الفرد عن ذاته وعن محيطه الاجتماعي.⁴⁰³

المبحث الثامن: واقع المشاركة السياسية:

يدعي العالم نوبيل للاقتصاد ،دوغلاس سي .نورث ،وزميلاه(جون واليس وباري وينجاست) بأن هناك ثلاثة أنواع من المجتمعات : الأنظمة البدائية وهي عصابات صغيرة من الصيادين، وهي غير ذات أهمية هنا، والأنظمة المغلقة(المقيدة)، وهي مجتمعات تقدم حقوقا سياسية و اقتصادية ذات معنى لنخبة ضيقة فقط، ثم الأنظمة المفتوحة، وهي ديمocratiات رأسمالية تعطي الحقوق السياسية والاقتصادية لمعظم المواطنين، ويحاول نورث أن يبرهن أن الأنظمة المقيدة هي الحالة الطبيعية، فهي مستقرة تقاوم التقدم الاقتصادي ، ونادرًا ما تنتقل وتحول إلى الأنظمة المفتوحة.⁴⁰⁴

ويرتبط النظام السياسي بمجموعة القواعد المتفق عليها والتي تنظم أوضاع جماعة إنسانية سياسيا، وقد يستخدم مرادفا لمصطلح الدستور في بعض الأحيان، والنظام السياسي يحدد العلاقات بين السلطات، ويقتن حقوق المواطنين وواجباتهم، ويحدد السياسة الخارجية للدولة.⁴⁰⁵ وبالنسبة إلى نورث، فإن هذه الأنواع الثلاثة من الأنظمة تشبه الحالات الكيميائية الثلاث، الصلبة والسائلة والغازية. أي أنها تميز وتختلف بوضوح عن بعضها الآخر، والانتقال أو التحول بين أشكال النظام المختلفة يحدث تحت ظروف خاصة فقط.

ويتحقق النظام المحدود الاستقرار من خلال تزويد كل مجموعة عنيفة محتملة بحق امتياز قيم. فعلى سبيل المثال، ومن أجل إحباط المحاولات الانقلابية، يقوم اللواء الحاكم في المجلس العسكري بإعطاء العقداء القادرين فرصا عديدة للانتفاع شخصيا من الفساد. ويجب أن يتم سجن أو نفي أو قتل الشخصيات القوية التي لا يمكن شراؤها. وبالرغم من إمكانية حدوث انقلابات عسكرية بشكل منتظم، إلا أن النظام المحدود لا يزال ترتيبا مستمرا نسبيا. عندما يحدث انقلاب ما، لا تتم عملية إعادة توزيع السلطة على نطاق واسع وإنما يحدث تعديل وخلط في القمة فقط. (ولقد تم الإشارة إلى هذا النوع من الاستمرارية لأول مرة منذ أربعين عاما في ورقة العالم السياسي من جامعة واشنطن ميرل كلينج التي تحمل

⁴⁰³ تايره الحنافي:آليات الحملة الانتخابية 2007/07/07.

⁴⁰⁴ أرنولد كينغ: الحالة الطبيعية للعراق:

2010/04/21http://www.iraqmemory.org/inp/view.asp?ID=816

⁴⁰⁵ شبكة النبأ المعلوماتية، الأحد 21 كانون الثاني 2007 http://www.annabaa.org 02/06/2010.

عنوان "العنف والسياسة في أمريكا اللاتينية"، والتي نشرت في عام 1967 في دراسة بحثية
⁴⁰⁶
سوسيولوجي كالريفيو ، العدد 11).

وتعد المشاركة السياسية من أهم القضايا المثارة في العالم لها من أثر في إرساء البناء المؤسسي للدولة على الجانب السياسي و الاجتماعي و الاقتصادي. و تتجلى مساهمة الشعب في الحياة السياسية من خلال أفراد أو جماعات، إذ ترتبط المشاركة السياسية للأفراد بمجموعة من العوامل، من منها سياسية، و متغيرات اجتماعية، يضاف لها طبيعة النظام السياسي، تتدخل كلها في تحديد طبيعة و حجم المشاركة. و الواقع أن كل أنواع الأنظمة السياسية توفر حدا معينا من الفرص للمواطنين من أجل المشاركة في إدارة الشؤون العامة و صناعة القرار بخصوصها. و لا تختلف صور مشاركة مواطني الأنظمة السياسية المفتوحة أو الديمقراطية، عن تلك التي يمارسها من يعيشون في ظل أنظمة شمولية أو حتى ديكاتورية و لكن الاختلاف يكمن في وجود الإطار الدستوري و المؤسسي الملائم ل مختلف الصور و الأنشطة، و كذا في الموقع الذي تحدده هذه الأنظمة للمواطن و مشاركته و بخاعتها في صناعة السياسات و اختيار القيادات، و في الحياة السياسية ككل.
⁴⁰⁷

المطلب الأول: المشاركة السياسية في الأنظمة المفتوحة:

إن المشاركة السياسية لا يمكن أن تتم إلا تحت خيمة النظام الديمقراطي ، الديمقراطية السياسية، والديمقراطية الاجتماعية، الديمقراطية التي يسود فيها القانون ، والمشاركة السياسية تعني مساهمة المواطنين ودورهم في النظام السياسي قصد التأثير في عملية صنع القرار الرسمي الحكومي ، سواء كان هذا النشاط فردياً أو جماعياً ، منظماً أو عفوياً، متواصلاً أو منقطعاً، وهو فعل طوعي ، والقصد منه التأثير في انتقاء السياسة العامة، وإدارة الشؤون العامة...،المهدف منها تغيير مخرجات النظام السياسي بالصورة التي تلي مطالب الأفراد والجماعات التي يقومون بها.

وتعتبر المشاركة السياسية في الديمقراطيات الحديثة أساس بناء كل شيء ، فالفرد في هذه البلدان الحديثة هو الذي يشكل عن طريق تجميع آرائه في صنع النظام العام، كما أن النظام الأم هو الذي يفرض عليه الطريقة التي يعيش بها والتي يسر وفقها فيما بعد ، وهذا فهو من صنع النظام ، وهو المسؤول الأول والأخير على احترامه، وبالتالي تولد الاستقرار السياسي والاجتماعي ...

⁴⁰⁶ المرجع السابق

⁴⁰⁷ : فؤاد فاطمي فريد، ملخص رسالة الماجستير بعنوان: تحت إشراف الأستاذ: خليفة بوزيرة جامعة

الجزائر 2010/04/21 <http://www.swmsa.net/articles.php?action=show&id=1758>

وفي كثير من الدول لا يتم اعتماد مخططات المدن دون المشاركة الشعبية الفاعلة، ولم يقف الحد عند السماح لعموم السكان بالإطلاع على المخططات والمشاريع بل تعداها إلى استحداث الوسائل لتسهيل وتبسيط الأفكار التخطيطية لغير المختصين.⁴⁰⁸

وفي الأنظمة الديمقراطية تعتبر الدورة الانتخابية ، أهم قنوات المشاركة السياسية ، فبواسطتها يتم تنصيب "المشروعين" و"الحكام" في المجالس النيابية والحكومية، فهي تعكس مدى نضج النظام السياسي للدولة، ومدى سمو المجتمع في تطبيق مبادئ الديمقراطية ، وهي أيضا حجم الكتل السياسية الحاكمة والمعارضة على الركح السياسي ، وتحدد أهدافها وبرامجها وسياساتها الآنية والمستقبلية.⁴⁰⁹

وفي ظل هذه الأنظمة، تحول الدورة الانتخابية إلى دورة لتداول الحكم(السلطة)، تمنح الشرعية للحاكمين بأصوات المحكومين. وتترجم الأصوات الانتخابية إلى مقاعد في المجالس التشريعية والحكومية، وإلى مناهج وسياسات، قد يكون لها الأثر البليغ في تقديم أو تقهقر الأنظمة، ذلك لأن الديمقراطية التي تجسدها العمليات الانتخابية، تبني أساسا على ممارسة المواطنين للاختيار الحر لكل المسؤولين السياسيين الذي يمثلونهم في مستويات عديدة، من تدبير الشأن العام، ويكون حق التصويت بهذا المعنى ممارسة لقسط من السيادة وامتلاكها.⁴¹⁰

من هنا تصبح الديمقراطية بلا معنى خارج مشاركة جميع القوى السياسية في العمل الانتخابي، ومن خلاله في مؤسسات القرار السياسي، فالذى يحمى الديمقراطية . في نظر علماء السياسة . هو وجود مشاركة فعلية للقوى السياسية.⁴¹¹

المطلب الثاني: المشاركة السياسية في الأنظمة المغلقة:

إن إحدى الخصائص البارزة للنظم الشمولية تتمثل من جهة أولى في استمرارية وشدة التسييس الذي يتجلى بشكل خاص من خلال المشاركة الإلزامية في العديد من المنظمات السياسية والنقابية والاجتماعية، ومن جهة ثانية في وجود ميل للتخفيف من الفصل بين المجال الخاص والمجال العام.⁴¹²

⁴⁰⁸ المجمعـة، 2010/06/02 <http://www.aljamaa.net>

⁴⁰⁹ محمد أديب السلاوي: المشاركة السياسية في انتخابات 27 سبتمبر، مجلة أوساط، العدد الثلاثـاء، 24، سبتمبر 200.

<http://www.aawsat.com> 02.06.2010

⁴¹⁰ المرجع نفسه.

⁴¹¹ المرجع نفسه.

⁴¹² فيليب برو ، علم الاجتماع السياسي ، ترجمة محمد عرب صاصيلا ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ط2 2006، ص341.

وبينما تتخذ المشاركة السياسية في الأنظمة الديمقراطية المفتوحة وضعًا أفضل ، فهي تمكّن الأفراد من أن يساهموا في الحياة السياسية كناخبين إما كمجموعات فمن خلال العمل الجماعي الطوعي كمناضلين في أحزاب سياسية أو نقابات أو جمعيات ، ويشكل الإندماج الطوعي الحر للمواطن في الحياة السياسية أهم رهانات الديمقراطية التمثيلية لقيام النظام السياسي واستمراره ، أخذنا بأحد التعريف البسيطة للديمقراطية على أنها فرصة المواطنين في الدولة للمشاركة بحرية في القرارات السياسية التي تؤثر في حياتهم الفردية والجماعية.⁴¹³

فإن المشاركة السياسية في البلدان ذات الأنظمة المغلقة أو البلدان التي هي في الأساس تتبنى النظام الشمولي المغلق أو المحدود لكنها تدعى الانفتاح والديمقراطية وحرية التعبير، وإشراك الشعب بمختلف فئاته في السياسة، على العكس من نظيرتها (الأنظمة الديمقراطية)، حيث نلمس في هذه المجتمعات أو الأنظمة تمركز السياسة وإن صح التعبير السلطة في يد فئة قليلة من الناس (النخبة)، في يد من هم ذوي مكانة راقية في المجتمع ، وذوي المال والمراتب العليا، فيتمكن أن نسمى ذلك عدم التوزيع الحر والعقلاني والعادل للسياسة والحقوق، وعدم إشراك عامة الشعب في السياسة، ولكن ما نراه خاصة في الانتخابات هو عبارة عن أمور شكلية فقط.

إذن نصل إلى أنه لا فرق بين الأنظمة التي تتبنى النظام الشمولي المغلق الذي يقمع الحريات الشخصية والشعبية علينا، وبين النظام الذي يتبنى النظام الشمولي خفية بطريقة مقنعة ، تحت شعار الحرية و الديمقراطية، فالأمر سيان بينهما، إذ أنهما وجهان لعملة واحدة هي قمع الحريات. وإذا قلنا الأنظمة المقنعة فنحن هنا نقصد أغلبية أنظمة العالم الثالث أو النامي.

ويتضح مستوى المشاركة السياسية المابط في هذه المجتمعات من خلال الكثير من أنظمة شرق آسيا، فإن المشاركة فيها تنزع لأن تكون مكتوبة ، وخاضعة للمراقبة من قبل حكومات ديمقراطية جديدة والتي غالباً ما تحكم عبر آلية الحزب الحاكم، إن التسلطية الناعمة لا تحضر المشاركة السياسية الشعبية ، إلى مجرد طقوس خاوية في الدولة الشيوعية ، ولكن لا تسمح للتعبير اللاحدود للأفكار المتعارضة ، كما وجدت في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن المدف الوظيفي للتنمية الاقتصادية يعتبر مقدساً لأبعد الحدود.⁴¹⁴

⁴¹³ <http://www.swmsa.net>

⁴¹⁴ الله الراشد، المشاركة السياسية والاستبيان السياسي، "شبكة عبد

الملتقى" 2009/11/25

وإذا تكلما عن التلاعيب بنوعية النظام السياسي السائد وعلاقته بالمشاركة السياسية يجري الحديث مباشرة على الدول النامية ، فهذه الدول التي حققت الاستقلال في القرن التاسع عشر(وبصورة رئيسية في أمريكا اللاتينية) قد افتقت تاريخ المشاركة المتباعدة، حيث كانت المشاركة الشعبية دائمًا عبارة عن مطلب ، ولكن حتى وقت قريب كانت نادرًا ما حققت إصلاحاً مستقراً.⁴¹⁵

ومن بين العوامل التي كانت عاملاً سلبياً، هو عامل الأممية وأكثر من ذلك في الدول الإفريقية الصغيرة ، فإن للحكومة الوطنية ذاتها وظيفة محدودة واحتراقاً ضعيفاً خارج العاصمة. وأن الإعلام الوطني بالكاد يبقى بحيث أن حتى المشاركة السلبية عبر متابعة الأخبار السياسية يعتبر غير عملي، وأن مثل هذه المشاركة كما تظهر على الأقل خارج إطار التصويت في الانتخابات العرضية، من المحتمل أن تكون موجهة للسياسة غير الرسمية مثل الشبكات الإثنية.

إن هذه العوامل مجتمعة تفيد بأن المشاركة السياسية الطوعية في الديمقراطيات الجديدة في أمريكا اللاتينية ، وإفريقيا من غير المحتمل أن تلامس المستويات غير المقررة والمطلوبة في الديمقراطيات الراسخة ، فالمشاركة ستفشل في تحسير الفجوة بين السياسة الوطنية وأغلبية السكان ، وعليه ستقوى من نموذج الديمقراطية الأولية.⁴¹⁶

ونلحظ هذا كذلك في البلدان النامية التي تكون فيها الديمقراطية منخفضة ما يسمى بظاهرة "الاستزان السياسي" ، وهو شكل من الانحراف السياسي الذي يختلف عن المشاركة الطوعية في الديمقراطيات الليبرالية ، والرتابة العسكرية في الدول الشيوعية.⁴¹⁷

المطلب الثالث: المشاركة السياسية في الجزائر:

الفرع الأول: المشاركة السياسية في الجزائر في ظل الحزب الواحد:

استمدت الجزائر كدولة شرعيتها من الشرعية التاريخية لجبهة التحرير الوطني ارتكزت على المقاومة ضد الاحتلال ، وتحقيق الاستقلال ، وترتب على هذه الشرعية تداخل بين الدولة والجبهة لما يقرب من الاندماج ، لذا فإن أزمة الشرعية تعود في نشأتها إلى الأيام الأولى للاستقلال ، ولم تعرف قيادة الأركان (الجيش) بالحكومة المؤقتة⁴¹⁸ وتشكل المكتب السياسي الذي لم يحترم اختصاصات المجلس التأسيسي في مجال التشريع ، وقد أخذ مفهوم الدولة في عهد بومدين معنى جديد حيث أن الدولة في مفهوم هذا

⁴¹⁵ المرجع السابق.

⁴¹⁶ المرجع نفسه.

⁴¹⁷ المرجع نفسه.

⁴¹⁸ ناجي عبد النور ، مرجع سابق الذكر، ص 133.

الأخير تتكون أو تتألف من ثلاثة وحيد وهي، السلطة والنظام والشعب فالرئيس هواري بومدين أشرك الشعب في الحكم ولم يغيه من النشاط السياسي، وبهذا فإن الرئيس بومدين قد وضع حدا للشرعية القديمة أو الثورية (الشرعية التاريخية) التي قام عليها النظام السياسية في مرحلته الأولى ووضع مكانها شرعية أخرى أساسها أو مصدرها الدستور⁴¹⁹، وبدا أن النظام السياسي سينشاً مؤسسات دستورية تبني المشاركة السياسية وتعيد لجبهة التحرير الوطني دورها الفعال في الحياة السياسية ، لكن الذي حصل هو مخالف لذلك فقد بقيت السيطرة في يد الرئيس والأولوية له عليه.⁴²⁰

وتمثل المشاركة السياسية أحد مقومات الحداثة السياسية، والتي يتمحض عنها ظهور الرغبة في المشاركة السياسية لدى قطاعات أوسع من المواطنين داخل المجتمع.

إن أزمة المشاركة السياسية في الجزائر قد تمثلت من خلال عجز المؤسسات السياسية عن استيعاب القوى السياسية والاجتماعية، فقد رافق حكم الحزب الواحد إقصاء للحرفيات الفردية والجماعية، وفرض قوالب جاهزة منعت من خلالها روح المبادرة المبدعة ، وتأكيد الأحادية المنعسة وتراكم عناصرها لسنوات عديدة.⁴²¹

ومن هنا برزت رغبة النخب الحاكمة في عدم إشراك القوى الأخرى، ذات التوجه السياسي ، ومارسة النزعة الاقصائية ضدها ، واحتكارها الكامل للتمثيل في إطار سياسة تعبوية تفتقر إلى المشاركة ، ولهذا فقد اقتصرت رؤية حزب جبهة التحرير بالنسبة إلى المشاركة بمعنى التبعية السياسية للجماهير ، التي تأخذ شكل التأييد والحسد والمساندة لبعض القرارات دون الإسهام الحقيق في صنها نتيجة لضعف الحرب، وعدم قدرته على تمكين مختلف القوى من التعبير عن مصالحها ، ومطالبها، و من هنا افتقاد وجود قنوات شرعية أخرى، لذلك انفتح الباب أمام العنف لتوصيل المطالب ، وإعلان الاحتجاج.⁴²²

إن الجزائر قبل التعديلية الحزبية في 1989 لم تكن تملك أية تقاليد أو ميراثاً يفصح عن مشاركة سياسية حقيقة ، فالمفهوم السائد في الجزائر في تلك الفترة هو التبعية وليس المشاركة، كما أن الساحة السياسية كانت مغلقة تماماً أمام الجبهة التي تسيطر عليها العناصر العسكرية المتعددة والتكنوقراط، وعلى الرغم من التطور الذي شهدته الجزائر في تكوين الجمعيات خلال السبعينيات، إلا أن النظام السياسي يبقى مفتقداً ذلك النضج المؤسسي الذي يجعل من الديمقراطية قيمة عليا تحكم حياة المجتمع، ولم يبدأ

⁴¹⁹ المرجع نفسه.

⁴²⁰ علي سعيداني، بيروقراطية الإدارة الجزائرية، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، 1981، ص 74-75.

⁴²¹ ناجي عبد النور، مرجع سبق ذكره، ص 130.

⁴²² ناجي عبد النور ، مرجع سابق، ص 130.

النظام الجديد بالتحول إلا متأخرا، حيث سعى إلى إعلان قانون رقم 5/1987 الذي فسح المجال لإنشاء الجمعيات ،والذي عدل بمرسوم 66/1988 في فبراير ونص على دراسة طلب اعتماد الجمعية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ الإيداع،مع السماح للسلطة بإبداء التحفظات على برامجها إذا كانت تتعارض مع القوانين المعمول بها.⁴²³

استمر النمط التعبوي للمشاركة لفترة طويلة وتحديداً منذ عام 1962 وحتى عام 1989 مع الأخذ بعين الاعتبار أن الرئيس الأسبق الشاذلي بن جديـد قد أعطـي هامـشاً محسـوباً لحرـية التعبـير وتكـوين النقـابـات ، ولـكن مع استمرار النـمـطـ منـ المـشـارـكـةـ السـيـاسـيـةـ، كـيفـ تـعـاـلـمـ النـظـامـ السـيـاسـيـ معـ مـحاـولـاتـ الجـمـاعـاتـ الصـاعـدةـ الرـامـيـةـ إـلـىـ تـحـقـيقـ مـطـالـبـهـ؟ـ تـلـكـ مـسـالـةـ اـرـتـبـطـتـ بـالـوـضـعـ الـاقـتصـاديـ فيـ الـجـزـائـرـ لـأـنـ الـمـتـعـارـفـ عـلـيـهـ أـنـ هـيـ ظـلـ الـوـفـرـةـ لـمـ يـمـكـنـ الـحـدـيثـ عـنـ أـزـمـةـ الـمـشـارـكـةـ، أـوـ لـمـ تـكـنـ حـادـةـ أـوـ مـهـدـدـ لـلـنـظـامـ السـيـاسـيـ، وـفـيـ حـالـةـ الـجـزـائـرـ لـمـ تـظـهـرـ أـزـمـةـ الـمـشـارـكـةـ بـصـورـةـ جـدـيـةـ طـالـمـاـ أـنـ عـوـائـدـ الـنـفـطـ أـدـتـ إـلـىـ الـوـفـرـةـ ،ـ وـلـكـنـ طـرـحـ نـفـسـهـ كـأـزـمـةـ وـعـنـيـ مـنـهـ الـنـظـامـ السـيـاسـيـ معـ تـدـنـيـ عـوـائـدـ الـنـفـطـ وـتـدـهـورـ الـوـضـعـ الـاقـتصـاديـ.⁴²⁴

سيطرة مؤسسة الرئاسة على مقدرات الحياة السياسية في البلاد، من خلال سيطرتها على الحزب والجيش وقيامها بالدور التشريعي إلى جانب المجلس الشعبي الوطني ،مثـلـماـ سـيـطـرـتـ عـلـىـ وـسـائـلـ الـإـعـلامـ الـتـيـ سـخـرـتـ لـنـشـرـ إـيـديـوـلـوـجـيـةـ الـحـزـبـ الـواـحـدـ.ـ وـمـنـ هـنـاـ فـلـمـ يـعـدـ النـظـامـ السـيـاسـيـ الـجـزـائـريـ، طـولـ تـلـكـ الـفـتـرـةـ ،ـ بـقـادـرـ عـلـىـ اـسـتـيعـابـ الـقـوـىـ السـيـاسـيـةـ الـتـيـ ظـهـرـتـ عـلـىـ السـاحـةـ الـوطـنـيـةـ عـقـبـ الـأـحـدـاثـ الـتـيـ شـهـدـهـاـ عـاـمـ 1988ـ لـغـيـابـ التـقـالـيدـ السـيـاسـيـةـ فـيـ هـذـاـ الـجـالـ،ـ الـأـمـرـ الـذـيـ خـلـقـ نـوـعـاـ مـنـ التـصـادـمـ بـيـنـ مـاـ اـعـتـادـ عـلـيـهـ الـنـظـامـ وـالـأـوـضـاعـ الـجـدـيـدـةـ.⁴²⁵

الفرع الثاني: المشاركة السياسية بعد التحول الديمقراطي:

يظهر اهتمام النظام السياسي بالمشاركة السياسية من خلال وضع صيغ دستورية وقانونية تنص على المشاركة السياسية وحقوق الإنسان.⁴²⁶ كالاعتراف بالعدالة السياسية والجزائية: حيث نصت المادة 40 من دستور 1989 على حق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي معترف به.

⁴²³ عن المرجع نفسه، ص 130-131.

⁴²⁴ عن ناجي عبد النور، أزمة المشاركة السياسية في الجزائر، مرجع سابق الذكر، ص

⁴²⁵ المرجع نفسه، ص 131.

⁴²⁶ ناجي عبد النور، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية، الجزائر، قالمة: مديرية النشر، 2006، ص 149.

وقد تدعم هذا الانفتاح السياسي باتجاه التعدد بصدور القانون رقم 11/89 المؤرخ في 05 جويلية 1989، الخاص بالجمعيات السياسية، وقواعد عملها ، وتمويلها وإيقافها.⁴²⁷ وقد خصص هذا الدستور فصلاً مركزياً للحقوق والواجبات، حيث نص على أن الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة (المادة 35)، وحرية الإبداع الفني والعلمي (المادة 36)، وحرية التعبير وتأسيس الجمعيات وعقد الاجتماعات (المادة 39)⁴²⁸

- حق تولي الوظائف النيابية(المادة 47)

- حق تولي الوظائف العامة في البلاد(المادة 48)

ثم ظهر قانون الإعلام الصادر في 23 أفريل 1990، حيث تدعم الإعلام العمومي بإصدارات جديدة(النهار- العقيدة- العناب- الأوراس...)، ونشأت الصحف الخاصة.

الاعتراف بتأسيس الجمعيات غير السياسية(المادة 32)، ثم تفجرت الظاهرة الجموعية في الجزائر بظهور قانون 04 ديسمبر 1990، والمتصل بالجمعيات.

الفرع الثالث: مظاهر أزمة المشاركة السياسية في الجزائر:⁴²⁹

- غياب التطابق بين المبادئ الإيديولوجية والموافق والبرامج والنصوص القانونية مع الممارسات السياسية الملمسة التي صاحبها تفشي الفساد الإداري والسياسي.
- مشاركة شكلية موسمية غير فعالة من قبل القوى السياسية حيث لا تظهر الأحزاب إلا أثناء العملية الانتخابية بهدف تأدية أدوار معينة أو الحصول على الريع الانتخابي.
- المشاركة السياسية اتخذت شكل التعبئة بعرض خلق مساندة دون أن تعبّر عن مشاركة حقيقة نابعة من الاهتمام بما يجري داخل المجتمع السياسي.
- الحفاظ على الوضع القائم سواء في المؤسسات غير الرسمية كالأنهار والجمعيات، وغياب التداول على السلطة في حياتها الداخلية أو في المؤسسات الرسمية،بقاء نفس الأشخاص والسياسات.
- عزوف الشباب عن الانضمام إلى الأحزاب السياسية، حيث يلاحظ سيطرة الشيوخ على المناصب القيادية ، وبالتالي غياب التجديد والحيوية لتحريك العمل السياسي.

⁴²⁷ ناجي عبد النور، أزمة المشاركة السياسية في الجزائر، مرجع سابق، ص

⁴²⁸ المرجع السابق.

⁴²⁹ المرجع نفسه

- ضعف المشاركة في أوجه النشاط الاجتماعي الأخرى، وفي الحالات غير الرسمية للحياة الاجتماعية ذلك أن مثل هذه المشاركة تؤثر في اتجاهات الأفراد نحو النظام السياسي والعملية السياسية.
- ضعف الحراك الاجتماعي وعزوف المثقفين.
- المقاطعة الانتخابية.

المبحث التاسع: أدوار الإعلام في مجال دعم المشاركة السياسية:

تعدد الأدوار التي يقوم بها الإعلام في مجال دعم المشاركة السياسية ، و يمكن تقسيم ادوار الإعلام في هذا المجال إلى ثلاثة مجموعات هي كالتالي:

المطلب الأول: التأثيرات المعرفية للإعلام في مجال المشاركة السياسية⁴³⁰:

- تعريف المواطنين بحقوقهم السياسية كما كفلها الدستور والقانون لهم.
- تعريف المواطنين بواجباتهم السياسية كما حددها الدستور والقانون أيضا.
- تعريف المواطنين بالنظام الانتخابي السائد ، وكيفية ممارسة حق الانتخابات للمجالس المختلفة.
- تعريف الجمهور بمفردات البيئة السياسية المحيطة، وكافة موقع صنع القرار في المجالس المنتخبة على مستوى : مجلس الشعب، مجلس الشورى، المجالس الشعبية المحلية، النقابات المهنية، النقابات العمالية، المنظمات غير الحكومية ، وأشكال المساعدة في اتخاذ القرارات .
- تعريف المواطنين بأساليب الممارسة الديمقراطية على مستوى المشاركة في اتخاذ القرار، التعبير عن الرأي الشخصي، الوسائل الشرعية للتعبير عن الذات ، التظاهر السلمي الذي لا يحدث ضررا بأمن واستقرار المجتمع، والتعبير عن الرأي في وسائل الإعلام ، وكيفية مخاطبة الجهات الحكومية المعنية لحل المشكلات.
- تعريف المواطنين بالمحrirات السياسية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي من خلال تقديم معلومات صادقة ، ودقيقة ، و شاملة تساعد على تكوين رأي مستثير بشأن هذه الأحداث.
- تغيير منظومة القيم التقليدية، واستبدالها بمنظومة قيمية حديثة ومعاصرة تساعد على المشاركة الفعالة.

⁴³⁰ عادل عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص 120-121.

المطلب الثاني: التأثيرات الوجданية للإعلام في مجال المشاركة السياسية:

تتعدد التأثيرات الوجданية لوسائل الإعلام في هذا المجال ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تشكييل اتجاهات وأراء الأفراد نحو المؤسسات السياسية الفاعلة في المجتمع وتشمل:
 - المؤسسة الرئاسية
 - الحكومة
 - المجلس الشعبي
 - مجلس الشورى في بعض البلدان
 - المجالس الشعبية المحلية
 - الأحزاب السياسية
 - مؤسسات المجتمع المدني
 - المجلس القومي للمرأة
 - مجلس حقوق الإنسان
 - مؤسسات أخرى
 - تشكييل اتجاهات الأفراد وأرائهم بشأن النظام الانتخابي المعامل به، وكذلك تشكييل اتجاهاتهم بشأن العملية الانتخابية وأسلوب إدارتها.
 - تشكييل اتجاهات وأراء الأفراد بشأن أهمية المشاركة السياسية على كافة الأصعدة والمستويات وفي كل الحالات أو المجالات.
 - تشكييل اتجاهات وأراء الأفراد المواطنين حول مخاطر عزوف الأفراد عن المشاركة ، والآثار السلبية المرتبة على ذلك اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا.
 - تشكييل اتجاهات وأراء الأفراد بشأن المشاركة السياسية في المجتمع مقارنة بوضع المشاركة السياسية الفاعلة للجمهور في الدول والمجتمعات الأخرى.
 -
- ### **3_ التأثيرات السلوكية للإعلام في مجال المشاركة السياسية:**

تتعدد التأثيرات السلوكية التي يؤديها الإعلام في مجال المشاركة السياسية، ويمكن أن نوردها على النحو

432 الآتي:

⁴³¹ المرجع السابق، ص 121-122.

⁴³² المرجع السابق، ص 122-123.

- تشجيع المواطنين من ساقطي القيد على إثبات قيدهم رسميا، واستخراج الأوراق الرسمية.
- تشجيع المواطنين على القيد بجدول الانتخابات، و استخراج البطاقة الانتخابية. من خلال الحملات الإعلامية والدعائية المتكررة ، والتحسيسية بضرورة فعل ذلك.
- تشجيع المواطنين على ممارسة حقوقهم السياسية التي كفلها الدستور والقانون، واستخدام صوته الانتخابي بالاشتراك في عملية التصويت في :
 - *انتخاب رئيس الجمهورية.
 - *انتخاب مجلس الشعب.
 - *انتخاب مجلس الشورى.
 - *انتخابات المجالس الشعبية المحلية.
 - *الاستفتاءات التي تجري على التعديلات الدستورية.
- تشجيع المواطنين على عضوية الأحزاب السياسية والاشتراك في أنشطتها.
- دفع المواطنين إلى الاشتراك في انتخابات مؤسسات المجتمع المدني(النقابات المهنية، النقابات العمالية، المنظمات غير الحكومية).
- تشجيع المواطنين على ممارسة حق الترشح في الانتخابات المختلفة لتفعيل المشاركة السياسية ،والمساعدة في إفراز النماذج المتميزة للخدمة في المجالس النيابية.
- تحفيز المواطنين على المشاركة في عملية صنع القرار، والإدلاء بأرائهم والتعبير في كافة الوسائل الشرعية المتاحة مثل وسائل الإعلام والندوات و المؤتمرات... الخ
- تشجيع الأعضاء المنتخبين في المجالس المختلفة على تطوير أدائهم من خلال تقييم أدائهم في المجالس المختلفة ، وإبراز النماذج الإيجابية، ثم الاحتذاء بها.

الفصل الثالث

تحليل سيميولوجي لخطابات

الرئيس عبد العزيز بوتفليقة

خلال الحملة الانتخابية -

-2009

أولاً: تأصيل مفاهيمي

▪ 1) السيميولوجيا

▪ 2) الخطاب

ثانياً: تحليل خطاب بشار

▪ 1) المستوى الشكلي

▪ 2) المستوى الصرفي

▪ 3) المستوى التركيبى

▪ 4) المستوى الدلالي

▪ 5) المستوى التداولي

▪ 6) المستوى الصوتي

▪ 7) المستوى المرئي(التمثيلي)

ثالثاً: تحليل خطاب باتنة:

▪ 1) المستوى الشكلي

▪ 2) المستوى الصرفي

▪ 3) المستوى التركيبى

▪ 4) المستوى الدلالي

▪ 5) المستوى التداولي

▪ 6) المستوى الصوتي

▪ 7) المستوى المرئي

أولاً: تأصيل مفاهيمي:

١-مفهوم السيميولوجيا:

المفهوم اللغوي:

تذكر المعاجم اللغوية أن السومة والسيمة والسيمي والسيماء والسيميا تعني العلامة، ويعرف المعجم الوسيط علم السيما بأنه علم يبحث دلالة الإشارات في الحياة الاجتماعية وأنظمتها اللغوية.

والسيميوLOGIA لفظة يونانية الأصل مركبة تركيباً مزجياً من سيميا sema أي علامة ولوجي logy أي علم ليصبح التركيب سيميولوجيا semiology حسب الرسم الإملائي الفرنسي كما هو شائع الآن غير أن لفظة سيميولوجيا كمصطلح نceği قدية الاستعمال، إذ يرجع تاريخ استعمالها إلى النصف الثاني من القرن السابع عشر "... وأول باحث قدم المصطلح سيميولوجيا هو الفيلسوف "جيم لوك" (1704/1632).⁴³³

المفهوم الإصطلاحى:

يعنى مفهوم سيميولوجيا في العلوم الطبية الممارسة التي يكتشف بموجبها المرض بالاعتماد على الدلائل (signes) أو القرائن (indices) أو ما يسمى بالأعراض (symptome) التي يحملها المريض، ومنذ "شارل ساندرس بيرس" (1839-1914)، و"فردينان ديسوسيير" (1857-1913)، و"حلقة براغ الفونولوجية" أصبحت السيميولوجيا علماً يشمل - كما حدده "سوسيير" : كل نظام من الدلائل (لفظية كانت أو غيرها).⁴³⁴

وهناك عدة تعریفات لهذا العلم، من بينها أنه "نظام لشبكة من العلامات النظمية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئه معينة"، أو "دراسة الأنماط والأنساق العلامات غير اللسانية"، أو "علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها"، وهو باختصار "علم خاص بالعلامات". يهدف علم السيما (السيميوLOGIA) إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي.

⁴³³ ذويي خثير الزبير، سيميولوجيا النص السردي، مقارنة سيميائية لرواية الفراشات والغيلان لعز الدين حلاوجي، إعداد رابطة أهل القلم، سطيف، 2006.

⁴³⁴ محمود ابراقن، المbrick (قاموس موسوعي للإعلام والاتصال) فرنسي عربي، إنتاج شالة، ط 2007، 2، ص 621.

وقد عرفها "دي سوسير" حينما قال ، مبشرًا بظهور هذا العلم ، في معرض حديثه عن طبيعة اللغة ، وموئلها مؤسسة اجتماعية ، ومنظومة ن العلامات : "يمكننا إذن تصور علم يدرس حياة العلامات في صدر الحياة الاجتماعية ، وهو يشكل جانبا من على علم النفس الاجتماعي ، وبالتالي من علم النفس العام ، إننا ندعوه بالأعراضية ". وهو يشير هنا بهذه الكلمة الأخيرة بان هذا العلم ما زال لم يكتمل بعد لكي نستطيع أن نطلق عليه اسم العلم فهو إذن في مرحلة النمو والتطور وبناء الذات، إذن لم يصل إلى تمامه، ومع هذا كله إلا أن ذلك يجعل منه الإطار العام الذي تشغله فيه اللسانيات، والسيميولوجيا هنا حسب "ديسوسير" تتناول كل ما يعتبر نظاما متناهيا من العلامات ، بما في ذلك الرموز اللغوية ، وانساق اللباس ، والتحية والصورة ، والرسم وغيرها .⁴³⁵

وقد بيّنت الباحثة جوليا كريستيفا Julia Kristeva الغرض من التحليل السيميائي معرفة إياته قائلة: " هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة للبحث في صيغ اكمال حلقة الدلالة في نسق معين ، وهو الأسلوب العلمي الذي يكشف ، يحلل ، ينقد المعنى في نظام ما ، ينقد أيضا العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه"⁴³⁶ ، وبهذا يختلف التحليل السيميولوجي اختلافا جوهريا عن تحليل المحتوى الامبريقى الذي اثبت تراجعه في البحوث المعاصرة، إذ تأكد انه لا يهدف إلى فهم ميكانيزمات المعنى ، بقدر ما يسعى إلى جمع مؤشرات (Significatives) دالة (Indicateurs) لفهم محتوى الرسالة⁴³⁷ ، وهو ما جعل تحليل المحتوى يظل مجرد وسيلة وليس غاية، ويؤكد هذا المبدأ لويس باردن Louis Bardin في قوله: "تحليل المحتوى هو بمجموع التقنيات لتحليل الرسالة الاتصالية ، لا يتعدى هدفها وصف محتوى الرسالة الاتصالية وصفا كاملا لاستخراج مؤشرات (كمية وغير كمية) تسمح باستنتاج Condition de production et de Inferer) معلومات متعلقة بظروف إنتاج وتلقى reception هذه الرسالة".⁴³⁸

وبحسب السيميائية الثائرة "جوليا كريستيفا": ينطلق المنهج السيميائي من مفهوم التدليل(significance) داخل الخطاب كي يخترق الدوال ، والذات ، والمدلولات ، والنظام النحوي ، لإدراك الدائرة التي تتجتمع فيها بنور الخطاب ، ونوايا اللسان العميقه.⁴³⁹

⁴³⁵ للمزيد إرجع إلى: نواري سعودي أبو زيد ، الدليل النظري في علم الدلالة ، الجزائر، عين مليلة:دار المدى ، [د.ط]، 2007.

⁴³⁶ Julia Kristeva ,Recherches pour une semanalyse,paris :seuil,1969,p19.

⁴³⁷ Quivy et L,V Campantoiat,Introduction à l'analyse de recherches sociales,paris :Seuil,p190.

⁴³⁸ Louis Bardin :L'analyse de contenu,paris :P.U.F,1993,p 43.

⁴³⁹ راجع بوحوش، المناهج النقدية وخصائص الخطاب اللساني، الجزائر ، عنابة:دار العلوم للنشر والتوزيع، ط2010،ص 84.

و يستعمل المنهج السيميائي كثيراً في تحليل المضامين الأدبية كالخطابات والمقالات، والحقل الأدبي بصفة عامة، ولم ينتقل هذا النوع من المناهج إلى وسائل الاتصال الجماهيرية، وتحليل الرسائل الإعلامية إلا مؤخراً، حيث غالباً نوعاً بديلاً، أو مراجعاً لتحليل المضمون، و السيميوโลجيا هي علم الدلالة، أو العلم الذي يدرس نظم العلامات وخاصة منها اللغوية والصورية الذهنية المرافقة لها.

2- مفهوم الخطاب:

في اللغة:

هو نوع من الترجمة أو التعريب لكلمة DISCOURS في الإنجليزية ونظيره DESOURSE في الفرنسية، أو DISKURS في الألمانية، وعلى مستوى الاشتقاء اللغوي، فهي مأخوذة من أصل لاتيني، وهو الإسم DISCURSUS المشتق بدوره من الفعل DISCURSERERE يعني "الجري هنا وهناك" أو "الجري ذهاباً وإياباً" وهو فعل يتضمن معنى التدافع الذي يقترن بالتلفظ العفوي، وإرسال الكلام ، والحادية الحرة، والإرجاح ، والتي أفضت في اللغات الأوروبية الحديثة إلى العرض والسرد والخطبة الطويلة نسبياً غير الخاضعة إلى خطة حامدة،...⁴⁴⁰

والخطاب لغة أيضاً من خطب ...يقال : خطابه، يخاطبه خطاباً ، وهو الكلام بين اثنين⁴⁴¹، وجاء في اللسان: "الخطاب والمخاطبة:مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً، وهما يتحاطبان"⁴⁴² ، وقال الزمخشري أن الخطاب " هو المواجهة بالكلام "⁴⁴³ فالخطاب في العربية يعني المكالمة أو الحديث أو اللغة المستخدمة بين اثنين أي لغة التفاعل " والمخاطبة مفأة من الخطاب والمشاورة" ، وهو عند الخليل "مراجعة الكلام".⁴⁴⁴

وقد جاء في المعجم العربي الإسلامي : الخطاب كلام يوجه إلى الجماهير في مناسبة من المناسبات، وكمثال على ذلك خطاب العرش في الدول الملكية ، والخطاب الجمهوري أو الرئاسي في الدول الجمهورية ، وهذا الخطاب يطلق عليه خطاب السلطة.⁴⁴⁵

ويكاد يقترب المعنى اللغوي في معاجم العربية مما جاء في المعجم الغربي لكلمة discourse التي

⁴⁴⁰ جابر عصفور ،خطاب الخطاب،القاهرة: [د.د.ن] ،ص 97.

⁴⁴¹ ابن فارس ، (أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريات 395هـ) ، مقاييس اللغة ، تحقيق عبد السلام هارنوت ، بيروت: دار الجليل ، 1991، ج 1، ص 198.

⁴⁴² ابن منظور، لسان العرب ، بيروت، ط 1، 1994، ج 2، ص 361.

⁴⁴³ محمود جار الله الزمخشري، أساس البلاغة، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ج 1 ، ط 3، 1985، ص 238.

⁴⁴⁴ محمود عكاشه، لغة الخطاب السياسي، مصر: دار النشر للجامعات ، ط 5، 2005، ج 1، ص 34.

⁴⁴⁵ المرجع نفسه، ص 35.

⁴⁴⁶ اصطلاح عليها في الترجمة العربية بـ"الخطاب"، والتي تعني حديث، محاضرة، مقالة.

المفهوم الاصطلاحي:

لقد اجتهد الكثير من العلماء الغربيين قديماً وحديثاً من أجل إعطاء تعريف شامل وكمال للخطاب، ومن بين هؤلاء العلماء نجد:

تعريف هاريس: يعد "هاريس" أول من اهتم بدراسة الخطاب من الغربيين، حيث عرفه على أنه: "ملفوظ طويل ، أو متتالية من الجمل تكون بمجموعة منغلقة يمكن من خلالها معاينة بنية سلسلة من العناصر بواسطة المنهجية التوزيعية ، وبشكل يجعلها تظل في مجال لساني محض.⁴⁴⁷ وقد جاء في معجم اللسانيات أن الخطاب وحدة مساوية للجملة أو أكبر منها مؤلفة من متواالية تشكل رسالة ذات بداية ونهاية .⁴⁴⁸

ويعرف "شميدث" الخطاب فيقول: "يقصد بالخطاب كل لغة متجلية في صورة تواصلية أو إجتماعية"⁴⁴⁹، فهو لغة التفاعل بين أفراد المجتمع الذين يتواصلون فيما بينهم عن طريق اللغة.

وقد جاء تعريف "أرنبرج" غير بعيد عنه تصوراً حيث قال أن: "الخطاب هو الصورة الأولية للنظام الذي تتجلى فيه اللغة الإنسانية⁴⁵⁰، حيث أن التواصل الذي يتم بين الكائنات البشرية يتجلى في شكل خطاب ، والخطاب هنا عبارة عن وحدة تواصلية لكيانات اجتماعية بطبعها.

كما يعرفه "كوزيفنيكوفا" بقوله: الخطاب مجموعة لفظية وظيفية تامة، فهو فعل اللغة، وهو الكلام المبني ، كما هو في الوقت نفسه المجموعة التواصلية الكبرى.

كما أن هناك تعريف آخر من نوع خاص للخطاب ألا وهو التعريف الذي طرحته "برطينيتو" حيث يقول أن الخطاب عبارة عن متواالية منسقة من الدلائل اللغوية المنتجة في صورة شخصية من قبل متكلم ، ومزودة بغرض تواصلٍ خاص ووظيفة ثقافية محددة.⁴⁵²

⁴⁴⁶No writer,Arabic reader's dictionary, oxford university dress, oxford English .1980. p196.

⁴⁴⁷ محمود عكاشه، لغة الخطاب السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

⁴⁴⁸Dubois.j.et autres,dicctionnaire de linguistique.larousse.1973.p156 .

⁴⁴⁹ محمد عكاشه ، مرجع سابق، الذكر ، ص . 38 . 39.

450 ٤٥٠

٤٥١

نلاحظ من كل التعريف السابقة للخطاب أن كل واحد ينظر إلى الخطاب من زاوية معينة ولكل مفكر توجهه الخاص في تفسير هذا المصطلح ونستخلص أن الخطاب في حد ذاته تعددت دلالاته على حسب طبيعة الوسط أو المجال الذي يعالجه الخطاب أو الذي قبل من أجله أو المناسبة التي أطلق فيها ، ومن خلال كل التعريفات السابقة الذكر يمكن أن نوجز أن الخطاب هو كما يلي:

1. الخطاب متتالية من الجمل.
2. متتالية منسجمة من الملفوظات.
3. فعل حيوي وابحاثي يتطلب مؤثرا(قائل الخطاب)، متأثرا(المستمع، المشاهد، القارئ)، وقصدأ أو هدفا.
4. الخطاب دليل لغوي
5. الخطاب متسق ومترابط ومنظم
6. الخطاب وحدة تواصلية تامة
7. الخطاب نتاج نشاط لفظي
8. الخطاب فعل الكلام
9. الخطاب ظاهرة اجتماعية حية
10. الخطاب موجه ومقصدي
11. الخطاب يستلزم مشاركة مباشرة

كل هذه الخصائص هي خلاصة تعريفات الخطاب المتعددة السابقة.

التعريف الإجرائي:

الخطاب هو عبارة عن كلام موجه من شخص إلى شخص آخر أو أكثر وغالباً ما يكون موجه إلى عدد كبير من الناس ، وهذا من أجل تمرير رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل التي تحمل مواضيع مختلفة من أجل بلوغ أو تحقيق هدف معين ، ولكن يشترط في هذا الكلام أن يكون منظماً ومحكم التخطيط حتى يتحقق الهدف الذي قيل من أجله .

ثانياً: تحليل خطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة الذي ألقاء في ولاية بشار بمناسبة

ترشحه لرئاسيات 2009:

1- المستوى الشكلي:

- العنوان:

⁴⁵² المرجع نفسه.

لا يوجد عنوان محدد لهذا الخطاب سوى أنه خطاب انتخابي تسويفي موجه إلى الشعب بمناسبة ترشح الرئيس بوتفليقة إلى رئاسيات 2009 للمرة الثالثة على التوالي، ويعرف هذا من وسائل الإعلام خاصة المسموعة والمرئية، كما يعرف من الزمن الذي ألقى فيه الخطاب، وهو ضمن المدة المحددة للحملة الانتخابية.

كما أنه لا يمكن تحديد عنوان الخطاب باعتبار أن الخطاب توفر لدينا في شريط فيديو، وليس مكتوبا على الورق. ولكن يمكن أن نعتبر أن الرئيس بوتفليقة قد مهد إلى عنوان الخطاب أو موضوعه، من خلال الجملة الأولى التي بدأ بها خطابه "الحمد لله على نعمة الانتخاب".

1. الشكل الهندسي للخطاب على الورق: نحن لسنا ملزمين بهذا باعتبار أننا لا نود تحليل الخطابات المكتوبة ، ولكن نريد التعرض لها بالشكل المرئي والمسموع، وهذا هو المدف من دراستنا، كما أن الخطابات المكتوبة لم نستطع الحصول عليها كما ذكرنا سابقا.

2. ترتيب الأجزاء: لقد استهل الخطاب بحمد الله على نعمة الانتخاب، وبالشكر على الاستقبال الجيد الذي لقيه من قبل الجمهور ، أو الشعب البشّاري، ومدح أهل الجنوب عامة عن صفة الكرم ... إلخ، وقد استغنى بهذه العبارات عن ذكر العبارات التي تصف الحضور بالسادة، والسيدات، والفحامات ، والمواطنين... إلخ.

ومن ثم واصل خطابه بالعودة إلى التركيز على نعمة الانتخاب ، ثم ذهب مباشرة إلى التحدث عن أحداث الجزائر وتاريخها النضالي والمجاهدي ، وإلى المأساة التي عاشتها البلاد ، ومن ثم أخذ في ذكر فضله في عودة الأمن والإستقرار للجزائر ، وكذا مساعدة الجزائريين وما زرتهم له في العمل من أجل إنقاض الجزائر ، وأخذ في سرد المواضيع الفرعية التي بني على أساسها الخطاب ، مثل: مسألة حب الوطن ، مدح الذات وذكر الإنجازات التي حققها في الجزائر ومن أجلها ، عرض السيرة الذاتية ، ذكر الوعود التي سيتحققها في المستقبل إن تم انتخابه مرة أخرى من طرف الجزائريين، وهذا ضمن ما سماه بالمحظوظ الخماسي الثاني «2010 - 2014» ، ثم قضية المرأة وقد أنهى خطابه بنصائح ، هذه الأخيرة التي وجهها خصيصا للشباب حيث دعاهم إلى الإستعداد لخدمة الجزائر وحمل المشعل.

- الوسائل:

1 - الوسائل اللغوية:

لقد استخدم الخطيب عناصر خطابية عبر وسيلة لغوية للوصول إلى هدفه الإتصالي السياسي البحث و تحقيقه، فكان ذو لغة بسيطة واضحة ودقيقة في نفس الوقت، حيث أن اللغة هنا عبارة عن مزيج بين اللغة العربية الفصحى ، واللغة العامية «الدارجة» المتداولة بين أفراد المجتمع الجزائري، إن لم نقل أن الدارجة كانت مسيطرة ، وهذا ما نسميه بالدارجة المهذبة ، هذا النوع من اللغة تعمل على جمع المرسل (الخطيب) بالمستقبل(مستمعيه أو مشاهديه)،وهم مواطنى ولاية بشار، فاللغة الدارجة تجمع كل فئات الشعب الجزائري بمختلف مستوياته الفكرية ،والثقافية ،والاجتماعية وحتى العمرية...الخ، وتسهل من عملية الفهم والاستيعاب ، ورفع الإبهام ، على خلاف اللغة العربية التي تحتاج إلى مستوى تعليمي معين ليتم وصول المحتوى المقصود ، وباعتبار أن الخطيب بقصد مخاطبة جمهور مختلط، فهو مضطط إلى التكلم بلغة بسيطة وواضحة يفهمها الجميع ،وهذا ما لمسناه في خطاب السيد عبد العزيز بوتفليقة.

وبحكم أن الخطاب إقناعي بالدرجة الأولى، فلم يكن للصور والوجوه البلاغية ،والزخارف اللغوية حضورا بشكل كبير سوى:"نصح المسيرة،ما يحوم حولنا من مقاطعة أو نكران ، أنا شربت من لبن جبهة التحرير الوطني، وأحيانا ما دمره الإرهاب ...".

فالخطاب هنا ليس عبارة عن خطاب أو نص إقناعي و إبداعي يفجر دلالاته ، ويولد جذور جمالياته وأغراضه الإتصالية،من الإنتزاعات،والعدول عن أعراف ،وتقاليد اللغة اليومية التي نستمع إليها ، ومن ثم مباشرة تذهب أذهاننا إلى المعنى المقصود ،دون أن نشعر بالشكل ودوره على عكس لغة الإقناع وдинامياتها، فلا غرابة ،أو تعجب في ندرة الزخارف اللغوية ،وقلتها في الخطاب السياسي خاصة الإنتخابي الذي هو تسويق ،وترويج للمعاني ،والأفكار السياسية الإقناعية من الطراز الأول، فهو يتطلب الوضوح ،والدقة ،والبساطة ، وتحديد الأهداف عن طريق تحديد المصطلحات، وهذا كله من أجل تحقيق الغرض من إلقاء الخطاب.

-المستوى الصرفي:

المصادر	الأفعال	الأسماء						
	6	0	0	2	2	8	19	297

لقد بلغ عدد الأفعال وما هو في حكمها (المصادر) 395 فعلا، وعدد الأسماء 297،وعدد أسماء الفاعل 19، و عدد أسماء المفعول 8 ،وعدد أسماء التفضيل 2 ،وصيغة المبالغة 0، وصيغة تفاعل 0 ،وصيغة فاعل 6 .

. زمن الأفعال:

الأفعال الماضية	الأفعال الدالة على الحاضر والمستقبل	أفعال الأمر	تكرارات "أنا" المتكلم	15	8	177	140
-----------------	-------------------------------------	-------------	-----------------------	----	---	-----	-----

الأفعال الماضية 140، أفعال المضارع 177، أفعال الأمر 8، عدد تكرارات الحديث أنا المتكلم . 15

3-المستوى التركيبي:

وستتناول في هذا المستوى الجمل من حيث عددها ، وطولها، وقصرها، وتعقيدها، ومن ثم لا نتناول الترابطات النحوية والمعنوية سواء على مستوى الجملة أو النص(المستوى الداخل نصي)، أو على المستوى الخارج نصي، إلا إذا ظهر في النص ما يستدعي ذلك كأن تظهر تشكييلات تركيبية تخل باتساق، أو انسجام النص...

وقد جاء الخطاب في بعده النحوي الخالص، وقريبا جدا من بعد الدلالي، ومساهمته في الفهم والوضوح النحويين ، واكتمال الوظيفة النحوية والدلالية، كما جاء النص كمزيج بين الجمل الطويلة والقصيرة، وهذا حسب نوع الفكرة التي أراد الخطيب الحديث عنها، وأهميتها في النص (الخطاب)، فأحيانا نجد جمل قصيرة جدا ، وأحيانا أخرى نجد جمل قد تستغرق الفقرة الواحدة حتى تكتمل، خاصة عندما تكلم إنجازاته وسيرته الذاتية ، وتاريخ الجزائر، كما احتوى الخطاب على بعض الجمل الإعتراضية دون أن يؤثر على وضوح الكلام ، بل طبيعة الخطاب تتطلب ذلك ، إضافة إلى ذلك فكانت مترابطة فيما بينها ومركبة، إلا أن عدد الجمل القصيرة كان يفوق عدد الجمل الطويلة نظرا لحرصه على استيعاب المستمع لها وفهمها.

الجمل الإسمية	الجمل الفعلية
125	90

وقد وصل عدد الجمل الفعلية إلى 90 جملة بينما كان عدد الجمل الإسمية إلى جملة 125.

. الصياغة وعناصرها:

1) الترتيب:

*الوسائل الإقناعية: التكرار ، القسم ، ذكر الإنجازات ، تعظيم الشعب و التقليل من شأن الذات ، أو النفس (التوابع) ، روح النكتة ، توظيف الأمثال الشعبية ، توظيف الدين (القرآن،السنة) ، مستوى الصوت،...إلخ.

* الوسائل التمثيلية: زوايا التصوير، طريقة التصوير، الألوان، الإشارات، ملامح الوجه ونظارات العين، طريقة الجلوس، اللباس... إلخ، وسيأتي بيان وشرح كل هذا في المستوى التمثيلي (المرأي).

* الوسائل العاطفية: (تحريك المشاعر والأحاسيس...) وسيأتي بيانها في المستوى التداوily.

* وسيلة صيغة الخطاب: (وسائل كتابة ونطق ورموز)، وقد مر هذا الخطاب بهذه المراحل المختلفة، فقد بدأ منطوقاً ومرئياً، وتناولته وسائل الإعلام (التلفزيون خاصة)، وقد وضع مكتوباً ، لكننا لم نستطع الحصول على النسخة الكتابية منه، ونحن هنا نلزم أنفسنا بتحليله وفقاً لأنّه مسموعاً مرئياً، أما رمزية الخطاب فلا مجال لها هنا لارتباطها أصلاً بالمعارضة التي تلحوأّ أحياناً لاستخدامها كإحراء هيكلاً لشخص ما... إلخ.

2) الأسلوب:

أما من ناحية المستوى الأسلوبي في هذا الخطاب فقد جاء على النحو التالي:

الأساليب الإنسانية	الأساليب الخبرية
28	88

1. وصل عدد الأساليب الخبرية من: ابتدائية ، طلبية ، إنكارية ، تأكيدية ، تقديرية ، إضمارية ، فخر مدح ، إشادة ، و ذم 88 أسلوباً.

2. أما الأساليب الإنسانية: فقد قدر عددها بـ 28 أسلوباً بين: الأمر:

- الترغيب والتهديد: 2

- الأمر على سبيل الإرشاد: 1

- الأمر على سبيل الالتزام: 1

- الأمر على سبيل الطلب والدعوة: 9

. النداء: (تببيها ودعوة) 6 أساليب.

. الإستفهام: (تردي، إنكاري، توكيدي) 4 أساليب.

. التمني: (تفاؤلي، تشكري) 4 أساليب.

. النهي: 0

. النفي: 3

تعليق على نتائج المستوى الشكلي:

إن الحضور المكثف للأفعال و ما هو في حكمها إنما هو دلالة على الحركة لا على الجمود الذي يوحى به وجود الأسماء بنسبة عالية، وإذا كان عدد الأسماء يكاد يقارب عدد الأفعال، فهذا أمر يحصل في جميع الخطابات السياسية خاصة إذا كان الخطيب يتكلم بلغة مختلطة.

إلا أن خطاب الرئيس بوتفليقة يتتوفر على عدد كبير من الأفعال، وهذا يرجع إلى أنه بصدق توعد بإنجازات في المستقبل في خدمة الوطن والشعب، معنى أنه يتحدث عن المستقبل كثيراً من كلامه عن الماضي، وكذا كونه يعدد الإنجازات التي وفرها للجزائر خلال مدة حكمه السابقة ، وهي عبارة عن براهين ودلائل لإقناع الشعب ، وكسب تأييده والحصول على ثقته ، وبالتالي الحصول على أكبر قدر ممكن من الأصوات في الانتخابات ، والمشاركة السياسية عموما ، وبهذا لزم على النص أن يأتي غنيا بالأفعال، والجمل الفعلية.

وإذا كان عدد أفعال التفضيل قليلا، وإنما هو يتعمد تبسيط اللغة إلى أبعد الحدود من أجل الفهم، ونلاحظ انعدام صيغ المبالغة ، أما تكرارات الأفعال، وأسماء الفاعل، والمفعول فيمكن ملاحظة مايلي :

نلاحظ أن نسبة الأفعال ، ونسبة الأسماء متقاربة نوعا ما(395/297)، وما هذا إلا دليل على تحكم الخطيب في اللغة ومعرفة توظيف الكلمات ، والأفعال في محلها ، وأيضا يدل على حيوية الخطاب وعدم جموده، كما أن تواجد نسبة معتبرة من أسماء الفاعل ، والمفعول دال على المشاركة في الفعل وتبادله. وإذا ذهبنا إلى زمن الأفعال فيبدو أن الخطيب يولي اهتمامه الكبير "للحاضر" ، أو "المضارع" أولا ذلك أنه يتوعد بفعل الكثير من أجل الجزائر وشعبها، وإيصال هذه الأفكار، والوعود توجب عليه استخدام زمن الحاضر ، والمستقبل (المضارع) كذلك.

أما الأفعال الماضية فقد جاءت بنسبة قريبة إلى حد معين من نسبة الأفعال المضارعة، لأن الخطيب يذكر الشعب بما قام ب فعله وما أنجزه ، أو قدمه لهم و لوطفهم خلال مدة حكمه و خلال العهدين السابقتين، وهذا كمرتكز يتکئ عليه لاستحقاقه هذا المنصب ، وضرورة التصويت عليه لأنه الأفضل له، وتأتي أفعال الأمر في المرتبة الثالثة والأخيرة (ثانية أفعال) فقط لأن الخطيب هنا ليس بصدق إلقاء خطاب مناسباتي إرشادي... إلخ، بل هو خطاب تسويقي لا غير ، وبالتالي قلت أفعال الأمر نظرا لعدم تأديتها لغرض الخطاب ، فقد اختار الأفعال المؤدية للمعنى والمناسبة للكلام (المحتوى).

أما من ناحية الضمائر ، وتكرارها ، و أهميتها، فقد وصلت تكرارات الضمير "أنا" إلى "7" ، في مقابل تكرارات الضمائر الأخرى مثل:"نحن، أنتم" إلى "35" وهذا دليل على أن الخطيب لا يتسم بالترجسية الفائقة، وأن درجة ارتباطه بذاته ضعيفة، كما أنه يبدو من خلال هذا لديه روح المشاركة مع

الغير ، فقد عوض الضمير "أنا" بالضمير "نحن" حتى يشرك الشعب في جميع أعماله ليبعث فيهم الشعور بالمشاركة في عملية التنمية وبأنه حاكم عادل محب لوطنه وشعبه ومهم لهم لأمره ، وحتى يحسسهم بجدواهم في شؤون وطنهم ، وأنهم أساس العمل الوطني وبدونهم لا يمكن فعل شيء، وكى يضع الشعب في الصورة السياسية ، والاجتماعية الحقيقة له ولبلاده، وهكذا وعندما يشعر الشعب بفائدته في مجتمعه ووطنه ، يتولد لديه إحساس بضرورة المشاركة في العملية الاجتماعية ، والسياسية و تحديدا الانتخابية ، ومن ثم التصويت ، واختيار الشخص الذي نبههم إلى كل هذا .

4 – المستوى الدلالي :

الأبنية الدلالية الكبرى للخطاب:

لا يمكن تناول الأبنية الدلالية الكبرى بالترتيب ، لأنها أصلا في الخطاب غير مرتبة ، فهي متداخلة فيما بينها ، وقد يرجع هذا الأمر إلى أن الخطاب جاء ارتجاليا باعتبار أنها لم نلاحظ أية أوراق على طاولة الخطيب ، فقد كان يتكلم عن موضوع ثم يتركه ليتكلم عن موضوع آخر ، ثم يرجع إلى الموضوع الأول وهكذا إلى نهاية الخطاب ، إذن هو هنا لم يراعي التنظيم والترتيب في مواضيع خطابه ، وهذا ما يتصرف به الخطاب عندما يكون ارتجاليا ، كما أن الخطاب جاء الغرض منه إقناعيا بحثا وهذا ما دفع المرسل إلى الهروب من الجمود إلى الحيوية في خطابه ليجعل آذان ، أبصار ، وأذهان المستمعين منصبة دائما حوله ، ومن ثم التلاعيب بذهن المتكلمي حتى لا يشعر بالملل ، وبالتالي عدم استيعاب المضمون الذي جاء من أجله الخطاب ، ويمكن إدراج الأبنية الدلالية الكبرى التي جاءت في هذا الخطاب على النحو التالي:

1) بنية الانتخاب:

وهي البنية الرئيسية التي أعد من أجلها نص الخطاب ، ونلمسها في (الحمد لله على نعمة الانتخاب ، هي فرصة نلتقي فيها لنحاسب بعضنا ، كنت احمد الله على نعمة الانتخاب ، وانتخابكم كان قوي جدا بالمشاركة وبنعم ، هذا الانتخاب بالنسبة لنا ورقة مهمة ، هذه الانتخابات لابد يقوم بالواجب نتابع الانتخاب ، المعارضة يدي في يدك ونشيئو للانتخاب ، الحكم هو الشعب ، إذا الشعب الجزائري عطانا أصواتها ، تصوت ضدك) ، وقد استغرقت هذه البنية حوالي نصف الوقت المستغرق للخطاب كله .

2) بنية الإنجازات المشاريع التي حققها الرئيس (الخطيب) للجزائر وللشعب:

والتي سيطرت بدرجة جد كبيرة على أجزاء الخطاب ، ونلهمها في الكثير من العبارات مثلا: (وكنت بالمرصاد لأعداء الجزائر، الوفاق الوطني، المصالحة الوطنية، كانت مشاريع مهملة منذ الثمانينيات أخذناها على عاتقنا وأحياناها، أحيانا ما دمره الإرهاب، خرجنا من وضع بئيس وبئس جدا، أنا برنامجي ماعنديش، أنا برنامجي راه ورأي 10 سنين نتاع الإنحازات ، تعهدنا أننا نكفي بإمكانياتنا من أساتذة وجامعات ، وأعتقد أننا كتنا عند ذلك، بالنسبة للثانويات العدد اللي اتبنا في 10 سنوات يضاعف العدد اللي تبني ما بين 62 و 99، ببنيا مليون نتاع السكنات، بالنسبة للماء الشروب كان مشكل و الآن سامع أن بشار تعطينا الماء المعدني، بالنسبة للكهرباء النسبة المئوية للبلاد واصلة إلى 97 %، خلقنا 6 ملايين منصب شغل)، وقد استغرقت حوالي 9 دقائق من وقت الخطاب الإجمالي.

3) بنية التعريف بالذات ومدحها:

ونلمسها في (أنتم تعرفوني، تعرفوني منذ 10 سنوات (منذ 99)، أنا شربت من لبن جبهة التحرير الوطني وحيش التحرير الوطني، أعرف الكثير من الإطارات الذين ساهموا معي في الخارجية ، وخارج إطار الخارجية، كنت صاحب زاوية، حافظنا على وحدة الوطن)، وقد كانت هذه البنية صغيرة الحجم بسبب أن الخطيب لم يصرح بذلك بل ضمنه مختلف عباراته الأخرى الداعمة لأفكاره ، وقد استغرقت من الوقت حوالي دقيقة فقط.

4) بنية الوعود المستقبلية:

وقد وزعها الخطيب أيضا على جميع ثنايا الخطاب ، ولم يركزها في فقرة واحدة وذلك حتى تكون أكثر تأثيرا ، وتساهم في عملية الإقناع بشكل أكبر، والتي نجدها في العبارات التالية: (المرة هذه بنيولكم 150 مليار دولار نتاع القماش(يعنى المبلغ المخصص للبرنامج الخماسي الثاني أي مدة العهدة الثالثة)، بالنسبة للفلاحة خذينا قرارات وسنطبقها ، بالنسبة للغاز جايكم عن قريب لأن النسبة المئوية مرتفعة ، بالنسبة للكهرباء عندكم إمكانية أن الأمور تتطور كثيرا في المنطقة هذه ، بالنسبة للسكن مبرمجين في الخمسية المقبلة بإذن الله مليون سكن إضافي، اليك العاملة نفك في 3 ملايين منصب شغل...) التي استغرقت حوالي 3 دقائق من وقت الخطاب.

5) بنية حب الوطن والسهر على خدمته:

(من باب التضحية، من منطلق الإخلاص وحب الوطن، شرطت من لبن جبهة التحرير الوطني ، وجيش التحرير الوطني ، هذه البلاد نتاج المجاهدين ، نتاج التضحية، ما تسحق شأنها تكون مهجورة ، منكورة مهانة، حافظنا على وحدة الوطن، ولكن الوطن يجمعنا في هذا المجلس، فهذه الخيمة الطيبة المباركة اللي إسمها الجزر نحافظوا عليها).

6) بنية الدعوة والإرشاد:

ويمكن ملاحظة العبارات التالية:(المهم هو أن نشتغل من أجل إرجاع السلم والطمأنينة للقلوب، يقتضي أن تكون يدك في يدي، لابد أن تبينوا أنكم واعيين ومهتمين ببلادكم، هذه البلاد محتاجة اللي بينيها ويتعب عليها، لازم نتعاونوا على هذا الموضوع، أنا فقط من الناحية تاع الدين نقول لكم رجعوا لها حقها، يلزم نعملوا بالكيفية اللي نشعر بها أن لما نسلموكم المشعل تسيراوا بینا إلى بر الأمان ، كونوا مستعدين باش تحملوا هذه المسؤولية ، لابد أن يختار، أن يساهم، أن يشارك ، فهذه الخيمة الطيبة المباركة اللي إسمها الجزر نحافظوا عليها)، وقد استغرقت هذه البنية من زمن الخطاب حوالي 6 دقائق.

-الأبنية الدلالية الصغرى(المفردات وما هو في حكمها):

*المفردات السياسية:

1)الانتخاب: (المشاركة 2 ، فرصة للجزاء 1 ، إن الترشح 1 ، بترشيحكم 1 ، نسبة مئوية 1 ، المصالحة الوطنية 2 ، الوفاق الوطني 1 ، سنوات تاع الثقة 1 ، عهدة ثلاثة 1 ، التكليف 2 ، التشريف 2 ، برنامج 4 ، الإختيار 1 ، الانتخاب 5) المجموع هو 24 مفردة.

2)الجهاد: (جيش التحرير الوطني 1 ، جبهة التحرير الوطني 1 ، التجمع الوطني 1 ، ناضلت 1 ، حرب التحرير 1 ، كثير منكم ناضلوا وواجهدوا 1 ، المجاهدين 1 ، التضحية 2 ، الشهداء 1)= 10 مفردات.

3)القضية الوطنية: (حب الوطن 1 ، التطور يأتي بتطور أهم 2 ، حافظنا على وحدة الوطن 2 ، مستقبل البلاد 1 ، بناء البلاد 1 ، وعزة البلاد 1 ، المصالحة الوطنية 3)= 11 مفردة.

4) مفردات خاصة بالنظام والسياسة:(جينا بسياسة باردة الأعصاب 1 ، الدستور 2 ، شؤوننا الداخلية 1 ، الانتخاب 5 ، الساحة الدولية 1 ، المعارضة 2) = 12 مفردة.

5) السلام:(الأمن 1 ، إرجاع السلم والطمأنينة 1 ، السلام 1 ، التحرير 3 ، المصالحة الوطنية 3 ، الوفاق الوطني 1) = 10 مفردات.

*المفردات الاقتصادية:

(مشاريع 1 ، الشغل 4 ، الفلاحة 3 ، اليد العاملة 1 ، الإنجازات 2 ، إمكانياتنا 1 ، الماء الشروب 2 ، الغاز 2 ، الكهرباء 1) = 17 مفردة.

*المفردات الاجتماعية:

الأصالة 1 ، الأطفال 1 ، الشيوخ 1 ، النساء 1 ، المرأة 4 ، الرجال 1 ، المجموع 9 مفردات.

*المفردات الدولة وقريناها:

(وكانت البلاد 1 ، داخل البلاد 1 ، الجزائر 1 ، حب الوطن 1 ، جبهة التحرير الوطني 1 ، جيش التحرير الوطني 1 ، التجمع الوطني 1 ، ياما بلدان 2 ، قال الجزائري 1 ، هذه البلاد 2 ، وحدة الوطن 2 ، هكذا بلادنا 1 ، مكانة الجزائر 1 ، الشعب الجزائري 1 ، أما النسبة الوطنية للبلاد 1 ، نبني البلاد 1 ، مستقبل البلاد 2 ، بناء البلاد 1 ، عزة البلاد 1 ، كرامة البلاد 1 ، مفاتيح البلاد 1 ، مستقبل الجزائريين 1 ، إسمها الجزائر 1) = 24 مفردة .

*المفردات المرتبطة بالتراث:

(وهذه أرض الزوايا 1 ، كنت صاحب زاوية 1 ، عندنا ثقافة 1 ، عندنا تاريخ 1 ، عندنا أصالة 1 ، ننتهي إلى هذه الثوابت 1 ، نتكئ على تاريخنا 1 ، وعلى ثقافتنا 1 ، الخيمة 4) = 12 مفردة.

*المفردات المرتبطة بالدين:

(الحمد لله 4، جزاكم الله عنا خيرا 3 ، وما رميته إذ رميته ولكن الله رما 1 ، ماناش أنبياء ينزل علينا الوحي أو تجيئنا الرسالة 1 ، إن شاء الله 2 ، الإسلام 4، الإسلامية 1 ، عسى الله يكون حمان 1 ، ليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعهم من جوع وآمنهم من خوف 1 ، دعينا الله تبارك وتعالى 2 ، تسبينا باش الله تبارك وتعالى يامنا 1 ، اللهم لك الحمد 1 ، استجواب الله لدعائنا 3 ، الله يكون في عونهم 1 ، السماحة 1 ، والله 5 ، السلام عليكم ورحمة الله 1 ، انقلب على وجهه خسر الدنيا والآخرة ذلك هو الخسران المبين 1 ، بإذن الله 1 ، القرآن والسنة 1 ، أنا أقول لأن الله تبارك وتعالى أوصى بالمرأة خيرا 1 ، الشيء الذي أوصى به الله تبارك وتعالى 1 ، ماشاء الله 3 ، مثنى وثلاثي و

رباعي فإن خفتم أن لا تعدلوا فواحدة ١ ، اليوم جمعة موعد الصلاة ١ ، أما إذهب وريلك فقاتلا فإننا
هاهنا قاعدون ١ = ٤٤ مفردة.

تعليق على نتائج وإحصاءات الأبنية الدلالية الكبرى والصغرى في هذا الخطاب:

تفيدنا الإحصاءات السابقة من خلال الأبنية الدلالية بنمط توزيعات اهتمامات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، وطبيعة النسق العقدي لدليه، فقد أوضحت أن لديه خلفية دينية كبيرة ، والتي تتضح من خلال التعبير الدينية المختلفة التي استخلصها من القرآن والسنة والدين بصفة عامة، ونصيب الحديث عن الإسلام في خطابه ، وكذا حمد الله بين الفينة والأخرى، وتوظيف الآيات القرآنية والأحاديث الدينية النبوية في مختلف مواضع خطابه، فقد استغرق الحديث عن هذا الجانب حوالي ١٢ دقيقة ، وهي حصة الأسد في الخطاب من حيث الوقت ، ويمكن إرجاع السبب في ذلك إلى كون أن الخطاب موجه إلى جمهور مختلف ومتفاوت المستويات والذي يغلب عليه زملاء الرئيس بوتفليقة في العمل الشوري ، وأصدقاؤه، والذين من جيله من الجنوب الجزائري، هؤلاء الذين تشعروا بالثقافة الدينية الإسلامية فهم خريجي الزوايا والمساجد، كما أن الدين عامل مشترك بين جميع مواطني الجزائر ، ومن خلاله يستطيع التأثير على مختلف الفئات الاجتماعية أكثر من الأساليب الاقناعية الأخرى ، وقد أثبتت بخاعته الإقناعية على مر التاريخ، هذا وقد جاءت اهتمامات الرئيس بوتفليقة الأخرى بدرجة ثانية بالإنجازات التي قدمت خلال مدة توليه الرئاسة (العهدين السابقتين) والتي سيتم إنماها إن تم انتخابه مرة أخرى.

ويرجع السبب في اعتماد الرئيس بوتفليقة وتركيزه على ذكر الإنجازات السابقة ، إلى أنها السبيل الوحيد للتأثير على الناس، وإقناعهم بضرورة انتخابه، ولتذكير الشعب باستحقاقه للمنصب، ولأن الشعب لن ينتخب شخصا قد تولى الحكم ، ولم يصنع شيئا للبلاد، أو لهم ، وقد عمد الرئيس إلى تذكير الشعب بحوصلة ما جسده على أرض الواقع، وما حققه للجزائر من إنجازات كأدلة وبراهين على خدمته ، وعلى استحقاقه للمنصب أكثر من غيره، كما قد أشار لهم بأن الإنجازات لن تتوقف، وستكتمل وتتضاعف في حالة تم وأعيد انتخابه من طرفهم ، وهذا كان أسلوب للتأثير ولزيادة الثقة، وفتح الآمال المستقبلية.

وكثيرا ما نجد هذا الأسلوب الإقناعي في الخطابات التي هي من هذا النوع، أما عن موضوع الانتخاب فقد حصة معتبرة من وقت الانتخاب "٦ دقائق" ، ولكن هذه النسبة لا تعكس موضوع الخطاب فهي قليلة مقارنة بموضوع الخطاب ، والغرض منه، وهذا يرجع إلى أن الخطيب تعمد عدم الإكثار من الحديث عن الانتخاب لكتسب ثقة الشعب، فقد جعله مستترا تحت مواضيع أخرى تؤدي إليه

بالضرورة، لكن الحديث عنه كان موزعا ، وفي أكثر الحالات كما ذكرنا سابقا، ضمنيا، لم يصرح بالمصطلح كثيرا تفاديا لضيئون الشعب الجزائري والحضور بأن المدف من الخطاب هو موضوع التصويت والانتخاب فقط ، وتولي كرسي الرئاسة وليس أشياء أخرى كخدمة مصالحهم ومصالح الوطن عامة ، وتعتبر طريقة ذكية لكسب تأييد ودعم الشعب والحصول على الثقة.

ومن جهة أخرى كان التكلم عن الذات والتعریف بها متواجدا ، وذكر الحلفية التاريخية ، التي تعتبر مشرفة جدا كمجاهد ووزير للخارجية ساهم في النضال من أجل الجزائر ، وتحريرها بنسبة لا بأس بها "3 دقائق" ، وذلك لإعطاء نوع من الاطمئنان في نفوس الشعب الجزائري، وأسلوب آخر للحصول على أكبر قدر ممكن من التصويت والثقة، والموافقة.

و قد تضمن هذا الخطاب جانبا إرشاديا واعضا بضرورة خدمة الوطن، والحفاظ عليه، وحبه، وإلزامية الإتحاد في صفوف الشعب الجزائري، لكن هذا الجانب لم يأت مخططا بل جاء تلقائيا لضرورة الحديث عن الإنمازات ودعم الرئيس، وقد أخذ نسبة صغيرة تقدر بحوالي: 1 دقيقة أي ما يقارب نسبة 10 % من زمن الخطاب.

أما عن الأبنية الدلالية الصغرى - إنسجاما مع ما احتطته الأبنية الدلالية الكبرى - فقد تصدرتها المفردات السياسية بـ 52 مفردة نظرا لطبيعة الخطاب و مجاله، فهو خطاب سياسي بحت، ومن الخطابات الانتخابية التسويقية، وهذا ما تطلب توفره على مفردات سياسية مختلفة.

ثم تأتي المفردات الدينية في المرتبة الثانية بـ 42 مفردة نظرا لخلفية الرئيس الدينية والتعليمية (خريج الزوايا)، ولضرورة إدخال الدين ومواعظه، بحكم أن المستمع من بيئه محافظة مازالت متمسكة بالقيم وال-zA، كما أنه عامل مشترك بين كل الشعب الجزائري، وأسلوب إقناعي جيد وفعال.

وقد تلى الدين بعد ذلك المفردات الخاصة بالدولة وقرائنها بـ 27 مفردة، نظرا لكون الخطيب هنا يتكلم على شؤون الدولة والوطن، وبالتالي ورود هذه المفردات يكون بصفة إلزامية أو توماتيكية وتلقائية لغرض التواصل.

في حين جاءت بعدها المفردات المرتبطة بالترااث بـ 12 مفردة ، وهي نسبة صغيرة ، لكنها تعد معتبرة ، إذا وضعنا في الحسبان أن الخطاب لم يأت لهذا الغرض ، بل وظف الترااث للحديث عن الماضي، وعن التاريخ والقوميات الجزائرية فقط.

وأخيرا المفردات الاجتماعية التي كان ورودها ضئيلا جدا بالمقارنة مع نظيراتها (السياسية ، الاقتصادية ، الدينية) ، وأيضا الخاصة بالدولة ، والمرتبطة بالترااث ، فالمفردات الاجتماعية في المرتبة الأخيرة من حيث الحجم ، أو العدد، ونحن نعجز عن تفسير السبب في قلتها ، ولربما يمكن إرجاعه إلى

المدف من الخطاب لم يكن اجتماعيا ، بل كان سياسيا تسويقيا محضا ، وهذا وردت المفردات الاجتماعية قليلة ، والتي من المفترض أن تكون بحجم كبير.

وكل هذه البني الكبرى والصغرى تكرس العنوان الذي يمثل البنية الدلالية الكلية الأساسية للخطاب، وهو الدعوة من أجل الانتخاب، أو التصويت.

5- المستوى التداولي:

1) المرسل(الباث،أو الخطيب):

قائل هذا الخطاب هو السيد عبد العزيز بوتفليقة ، وهو رئيس الجزائر حاليا، وقد كان فيما مضى (إبان الثورة، وبعد الإستقلال) مجاها ثم وزيرا للخارجية ، ذو ثقافة فرونكوفونية، كما أنه من خريجي الروايا القرانية، هو من مواليد..... وقد ترأس الدولة منذ سنة 1999 وحتى الآن، عرف الرئيس بوتفليقة بتوجهاته الفرونكوفونية، وإنحازاته المستمرة، واهتماماته بالسياسة الخارجية ، وحرصه على تحسين صورة الجزائر دوليا، وكذا سعيه من أجل السلام في العالم، ولعل هذا الخطاب قد أظهر جانبا من هذه الجوانب بوضوح، وهو إلى جانب هذا يظهر من خلال الخطاب بأنه الجزائري المخلص للوطن ، والمحب له، والمت凡اي في خدمته، والمضحى من أجل الجزائر وراحة شعبها، والساعي من أجل إكساب الجزائر المكانة التي تليق بها دوليا، والرئيس بوتفليقة ينتمي إلى طبقة "الزوايا" ، وقد ذكر ذلك في الخطاب "وكنت صاحب زاوية" هذه الأخيرة التي عرفت بتدريس علوم القرآن والسنّة والدين الإسلامي بصفة عام، أما انتماؤه فهو من الجهة الغربية من الجزائر أي ولاية (تلمسان).

2) المتلقى:

يتضح من استهلالات الخطاب أن متلقى الخطاب شفويا ومرئيا ، هم جماعة من المواطنين موجودين في خيمة أقي فيها الخطاب ، في ولاية بشار، وهم من عامة الشعب، وبعض مواطني أدرار وتيميمون، كما أن الخطاب موجه بطريقة أخرى إلى كافة الشعب الجزائري.

أما عن الحضور في الخيمة ، فهم مواطنون إحدى مناطق، أو ولايات الصحراء الجزائرية، من إعمار مختلفة، يجمعهم دين واحد(الإسلام)، وجميعهم مهيؤون للإستماع إلى خطاب بمناسبة الترشح لعهدة ثالثة ، و المناسبة الانتخابات الرئاسية 2009، وأيضا برنامج الرئيس بوتفليقة الانتخابي و الخماسي وتفاصيله.

ويمكن استخلاص ثلاثة أمثلة من الرغبات والطموحات لدى هؤلاء المواطنين والحضور، التي حاول المرسل(الخطيب) اللعب على أوتارها، وإرضائهما، وهي :

. التأكيد على أن هناك برمج ،ومشاريع ، وإنجازات أخرى مضاعفة في المخطط الخماسي الثاني المبرمج للعهدة الثالثة.

. التأكيد على تحسين مستقبل الجزائر ومكانتها، والإعتراف بأهمية ،ودور الشعب في هذا .
. التأكيد على تحسين ظروف المرأة خاصة المرأة الصحراوية.

ومن جهة عمليات الإحضار ،والتحفظ التي يستخدمها الخطاب ، السيادة عادة والسلطة التي يمارسها نص المرسل على نص المتلقى فتتجلى في محاولة الخطيب إظهار الدور الإيجابي الذي لعبه الشعب في عملية التنمية في الجزائر ، وفي رسم السياسة الجزائرية، وتغييب الدور السليبي، كعدم المشاركة أو ضعف المشاركة في الانتخابات ، وعدم قبول مشروع المصالحة الوطنية ...الخ، وقد عمد إلى مدح الشعب بين الفينة والأخرى ، وأكده على ذلك من أجل إرضاء مستمعيه ،وتتحقق غرضه الإتصالي.

3)السياق:

أ. السياق الاجتماعي:

هذا الخطاب موجه إلى مجتمع يعيش مرحلة التحول من الإرهاب إلى مرحلة الأمن والإستقرار، ومن مرحلة البدائية ،والريف إلى التحضر ،والعيش في المدن ، وأما المجتمع الذي يظهره الخطاب هنا ، فهو المجتمع الجزائري المت奔ج بالإستقلال، وتطور ، والإستقرار المسبق على تحديات مرحلة ما بعد الإستقلال ، وما بعد الإرهاب، المجتمع ذي التاريخ العريق الذي عرف بشورة التحرير والتحرير والمليون ونصف مليون شهيد. ويتناول الخطاب هذا التأثير والتاثير مع مجتمعه للغته الجزائرية (الدارجة)، التي تدعم مستوى الدلالي ، والإتصالي ، وبتحله أكثر وقعا وتأثيرا.

ب . السياق المكاني:

الجزائر، و ولاية بشار تحديدا، وقد ألقى الخطاب داخل خيمة من التراث العماني الصحراوي.

ج . السياق الزماني:

وقد حددت الفترة التي أقيمت فيها الخطابات المخصصة للحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من 20 مارس إلى 9أפרيل موعد التصويت ، أو الانتخاب.

الوسائل الإقناعية(الأدلة والبراهين وصيغها):

1. الأدلة الداخل نصية:

1) التوكيدات:التكلارات،القياس،القسم،الإنجازات.

2) القياسات الإضمارية:القياس بالإنجازات الواقعية.

3) الأمثلة: دينية أو خيالية، أو تاريخية، أو اجتماعية، أو أسطورية، وقد ورد في الخطاب أمثلة دينية ، وأخرى تاريخية، وأخرى اجتماعية .

ونجد الأمثلة الدينية مثلا في:"وما رميت إذ رميت ولكن الله رما"..."انقلب على وجهه خسر الدنيا والآخرة ذلك هو الخسران المبين".

أما عن الأمثلة الاجتماعية :فنلمسها في التحدث عن البلدان التي مسها الإستعمار والحروب، والإرهاب ، وهذا في قوله:"ياما بلدان كانوا الناس ما يخرجوش حتى 12 تاع النهار ، خايفين من الظلام بجيبلهم السوء...الخ.

في حين أن الأمثلة التاريخية تتمثل في إعطائه مثل عن المشاركة السياسية التي كانت ، أو سجلت في مشروع المصالحة الوطنية، وقد كان الغرض من هذه الأمثلة الضغط على المستمع ، لفعل ما فعله سابقا، وما حدث واقعيا، وتاريخيا...الخ، وأيضا دعم الرئيس بوتفليقة.

4) الإستدلالات الواردة نصائحا وإرشادات:

ولها حضور واضح في الخطاب ، ومن ذلك الدعوة إلى اختيار المرشح الأفضل، والتصويت عليه، المشاركة في الانتخابات مهما كانت الظروف، الدعوة لخدمة الوطن ، دعوة الشباب للتهيؤ لحمل المشعل وتحمل المسؤولية ، التوصية بالمرأة خيرا، المحافظة على الجزائر ، والدعوة إلى الإبعاد عن الغش في ملفات السكن...الخ.

والإستدلالات التي جيء بها للإقناع بالمحافظة على الجزائر ومساعدة الرئيس في تنمية البلاد ، وبنائها.

2. إستدلالات أخرى خارج نصية:

ومن هذه الإستدلالات أدوات النفي ، وأساليب الحصر ، وأدوات الإثبات بـ"إن" ، القسم(لا والله)، ولعل المستمع للخطاب يدرك كثرة الإثباتات "بان" مثلا:"إنا هاهنا قاعدون" ، وخاصة القسم "لا والله ما أنا قادر" ، "والله عندنا الفلاحة" ، "والله لن أخشى لومة لائم" ، وهناك إثباتات و استدلالات بالألفاظ وبالعبارات مثل: في الواقع، وبالطبع، وفي الحقيقة، وحقا...الخ.

. إستعمال المتكلم بعناصر صوتية في الأداء ، وأخرى حركية، وجميعها عبرت عن سيطرة روح الإنفعال، والدعاية والنكتة، والجدية، وتفاعل الجمهور.

. التأثير على المتلقى، وإقناعه من خلال عدة مؤثرات : شخص المتلقى ، وهيئة ، وفكرة، والسياسة التي يتبعها، والقضايا التي يؤمن بها، وهذه مؤثرات خارج نصية.
المؤثرات الخطابية:

1) تهيئة السامع ، واستدراجه نحو موضوع الخطاب عن طريق مقدمة مؤثرة ، يدخل بها إلى عقله،

ووحيده " الحمد لله على نعمة الانتخاب" ، وأيضا شكر المواطنين على حفاوة الإستقبال ، وقد افتتح المتكلم الخطاب بمقيدة حماسية حركت مشاعر الجمهور، وألهبت حماسه.

2) مراعاة المقام: وقد تناول المتكلم موضوعا يمس حياة الشعب ، واستعمل لغة الخطاب اليومي ، التي هي مزيج بين الفصحى والدارجة المذهبة، وأكثرها دارجة ، أما الموضوع فهو الذي أعد من أجله الخطاب ، وهو الانتخاب، وفي الدرجة الثانية البرنامج الخماسي الثاني.

3) استخدام الأساليب البينية، والبدوية المؤثرة:

4) كثرة استخدام الفعل المضارع الذي هو الأقوى تأثيرا، ويقوم باستحضار المواقف والأفكار، ويقنع المتلقى أو المستمع بها، لأنه ينحها قوة في حقل عاطفة المستمع، ويستبقيها فيه، و يجعلها أوثق عرى بمكانها و زمانها.

5) الإقناع المنطقي: مثل: "أنت قول برناجلي، وأنا برناجي ماعنديش، برناجي راه ورأي، 10 سنين نتابع الإنجازات" ، والقصد الإقناعي هنا هو: انتخبوني فأنا الأحق لأنني خلال المدة التي انتخبتموني فيها سابقا قمت بإنجازات الكل يشهد عليها.

6) استخدام المؤكّدات الإقناعية وأبرزها:

أ- التكرار: فالتكرار يحقق تأثيراً أعظم، وأقوى إيقاعية، وأشد حماسة ، ويسمّه إسهاماً أصلياً في تصعيد قوة النص ، حتى يبين عن مضمونه، ولنلمس التكرار كثيراً في هذا الخطاب مثل: "شكرا، جزاكم الله خيرا، ذلك هو الخسران المبين ، ماشاء الله، يدي في يدك، بكل وضوح ، اللي يليق بكم، تصوت ضدّي ، ما هوش تشريف...الخ".

ب- التوكيدات اللفظية: في الواقع، وبالطبع ، وحقا ، وفي الحقيقة ، ...الخ.

خصائص الأسلوب:

تميز الأسلوب بخصائص وهي:

1- التكرار: ويعد أبرز الخصائص، وأهمها في هذا الخطاب، وقد وظفه الخطيب من خلال مستوياته

الثلاثة: الصرفي، اللفظي، والتركيبي أو (مستوى الكلل التعبيرية).

أ- المستوى الصرفي: مثل: تكرار الجذر والصيغة ، الجذر مثل: " وقد حرصتم حرصا كبيرا" ، لقد شمل المفعول المطلق جذر الفعل، وتكرار الصيغة ، مثل: " صمعتنا، شخصيتنا، تصرفنا" ، ومثل " تشريف وتكليف ، والصالح والطاح ، معززين ومكرمين ..." ، وتكرار الصيغة يقود إلى تكرار المستوى الصوتي ، وهذا يقوى تأثير التكرار ، وقد توقف المتكلم على نهاية الكلمات بجاء السكت ، في مثل: " عندنا ثقافة ، عندنا تاريخ ، عندنا أصالة" ، وفي: " نتکن عل هذه الثقافة ، نتکن عل هذا التاريخ" ، وكما في: " في عزة البلاد ، في كرامة بلاد ، وفي بناء بلاد" .

ب- المستوى اللفظي: ويتمثل في تكرار اللفظ ، أو المعنى دون اللفظ ، مثل تكرار كلمة البلاد في: " بناء

ت- البلاد ، عزة البلاد ، كرامة البلاد" ، تكرار المعنى مثل: " تشفوفوا و تروا" ، وقد حقق هذا الصدق

ث- والتفاعل مع الخطاب.

ج- مستوى الجمل أو الكلل: يعني العبارات ، والجمل ، والمتاليات الخطابية الأوسع ، ويتتحقق هذا من

خلال تكرار الشكل **parallelism** ، و تكرار المضمنون ، تكرار الشكل

مثل: شكرا ، شكرا ، و الله لـ الحمد ، الله لـ الحمد . الخ.

تكرار المعنى مثل: الله يجازيكم بالخير ، جازاكم الله ، خيرا.

وقد حققت التكرارات تأثيرا كبيرا ، ودفع روح الحماسة في المتلقى ، هذا مانلمسه عقب

كل تكرار من هنافات الجمهور ، وتصفيقاته.

- إستخدام التراكيب النحوية البسيطة ، والإعتماد على الأشكال الملموسة المفكرة

التابعة من السياق المباشر بين المتكلم والمستمع ، مثل : " هذه الخيمة الطيبة المباركة

اللي إسمها الجزائر نحافظوا عليها" .

- جاءت جميع الأفعال مبنية للمعلوم:لتظهر انفعالات المتكلم الشخصية ،فلم يرد مبنياً للمجهول ،وهذا ما يدل على أن شخصية المتكلم(الخطيب) سيطرت على الخطاب، وموضوعه، وسيرته الذاتية وإنجازاته.
- لم ترد في الخطاب جمل ثانوية تشكل ظاهرة.
- إستعان المتكلم بأدوات العطف البسيطة:الواو، الفاء، ولم يستعن بأدوات الربط التي تستخدم في الجملة المعقدة إلا قليلا.
- لم يحتوي الخطاب على الجمل الناقصة ، بل كانت كل الجمل كاملة مؤدية لمعناها ومضمونها التي جاءت من أجله، وقد يرجع السبب إلى أن الخطيب أخذ راحته في الكلام ، واستحضار وتداعي الأفكار، ولعدم وجود عدد كبير من الحضور داخل الخيمة، وبالتالي قلة التشويش فيها والمقاطعة.الأمر الذي لم يجعل الخطيب ينسى أجزاء من جمله، أو أفكاره، أو خطابه.
- الإسترسال في ذكر المتعلقات:مثل: "جهاد أكبر في بناء البلاد، وفي عزة البلاد، وفي كرامة البلاد" ،وفي: "حنا عندنا ثقافة، عندنا تاريخ، عندنا أصالة".

5- المستوى الصوتي:

1. النبر:

جاء النبر لإبراز المعاني الرئيسية في الجمل، و توضيحها للمتلقى ومثال ذلك الجملة الخبرية "الحمد لله على نعمة الانتخاب" ، وقد وقع النبر على الجزء الذي أريد به المعنى "الانتخاب" فالمراد هنا تبيان موضوع الخطاب ، وهو "الانتخاب" ، وقد أكد المتكلم ذلك من خلال الجهد الممنوح لنطق المقطع الأخير "خاب" ليسمع أوضح من باقي المقاطع، ومثال: "فأول ما أقول هو الشكر والعرفان على الحفاوة التي استقبلتمونا بها" ، وقع النبر على "أول" ، وذلك لتوضيح الشيء الأول الذي أراد الخطيب أن لا ينساه الشعب، وأيضاً كلمة "الشکر" ، و كمثال آخر: "لأنها فرصة للحساب والعقاب، وفرصة للجزاء كذلك" ، وقد وقع النبر على كل من: "للحساب" ، "للعقاب" ، وللجزاء، وذلك لتوضيح طبيعة ، ومهمة الانتخاب ، وإيجابياته والمدف عنده، وهذا من خلال الجهد المبذول لنطق المفردات بشكل صحيح، وقوى

وواضح، مثلاً: "للحساب": صحيح+ صحيح+ صحيح=لل+ ح+ ساب، وقد وقع النبر على الجزء المسطّر (الذي تتحه خط).

ومثل: "وكانت البلاد في خير كان"؛ و هنا وقع النبر على "كان" حتى يبين وضعية الجزائر في السابق (الماضي) ، وهذا ما يبيّنه الجهد المبذول لإيصال معنى المصطلح ، و "التضحيّة" في ، وقع النبر على الكلمة للفت الإنّتباه إلى المعنى المقصود من وراء التركيز على المصطلح ، وإلى التمعن في ما يؤدّيه معنى وفي ما فعله الجزائريين، و في: "أن أشرح الأوضاع التي سأتحمل فيها المسؤولية أو لا أتحملها" ، وقع النبر على الفعل "أشرح" الذي نطق بشكل غير الشكل الذي نطق به باقي الأجزاء الأخرى للجملة ، وذلك لفت الإنّتباه إلى ما سيحدّده الرئيس وما سيقوله أو يشرحه ، وهذا باعتبار أنه بدأ بها جملته، والكلمة الأولى إذا نطقت في أول الجملة بشكل أو بصوت مرتفع كان الغرض منها لفت الإنّتباه، والعبرة "وانتخابكم" كان قوي جداً بالمشاركة وبنعم" ، وقد وقع النبر هنا على كلمة جداً" حتى يبين شدة القوة في المشاركة الانتخابية، وحتى يسمع المصطلح، وذلك بالضغط على الحرفين معاً.

2) الوقفات:

نظراً لطول الخطاب ارتأينا أن نضع الوقفات لجزء منه فقط، وهو كالتالي:

الحمد+ الله+ على+ نعمة+ الإنتخاب. + هي+ فرصة+ تلاقى+ فيها+ لحساب+ بعضاً+ البعض+ ونصح+ المسيرة.

فأول + ما أقول + هو + الشكر + والعرفان + للحفاوة + التي + استقبلمنا + بها + في + بشار + وما ذلك + بغيض + على + أهل + الجنوب + خاصة + وأرى + وجوها + من أدرار + وأخرى + من + تيميمون + إلى + غير + ذلك + من + البقاع + التي + تدور + ببشار + فشكرا + جزيلا + على + تفضلكم + باستقبالنا + خذا.

كنت + أَحْمَد + الله + تبارك + وتعالى + على + نعمة + الإنتخاب + لآنها + فرصة + للحساب + والعقاب + وفرصة + كذلك + للجزاء. أنا + ما + جئت + بجديد + لأنتم + تعرّفوني + وأنا + أعرفكم. تعرّفوني + منذ + عشر + سنوات + منذ + ٩٩ + كثير + منكم + ناضلوا + وجاهدوا + حينذاك + لأصل + إلى + سدة + الحكم + وكانت + البلاد + وبالنسبة + لما كان + وبالنسبة + لما + كنا + نعيش + داخل + البلاد + وبالنسبة + لما + كان + يحوم + حوانا + من + مقاطعة + ونكران + وما + كان + حينذاك + ان + يتقدّم + الإنسان + للمسؤولية + من باب + التشريف + أو + من باب + الزوخ + الإنسان + تقدّم + للمسؤولية + من + باب + التضحيّة + وكنتم + بالمرصاد + إلى + كل + أعداء + الجزائر + جزاكم + الله + عنا + خيرا + وشاءت +

ظروف + أخرى + في 2004+ وكتم + واقفين + إلى + جاني + لأن + المسيرة + كنا + بدأناها
+ لازالت + في + منتصف + الطريق.

والآن + وقد + حرصتم + حرصا + كبيرا + على + أن + أترشح + لعهدة + ثلاثة + لابد +
أن + أشرح + الأوضاع + التي + أتحمل + فيها + المسؤولية + أو + لا + أتحملها ++ هذه +
الأوضاع + تنطلق + من + سياسة + أنتم + صنعتوها ++ وما + رميت + إذ + رميت + ولكن + الله
+ رما ++، وحنا + ماناش + أنبياء + ينزل + علينا + الوحي + واللا + تجينا + الرسالة + حنا +
نجتهد + من + منطلق + الإخلاص + ومن منطلق + حب الوطن + وأقول + مستقل + حتى + لا
يشعر + كل + واحد + منكم + منتمي + إلى + حزب ما + بآني + أميل + إلى حزب آخر + أني
+ مستقل + بالنسبة + للأحزاب + ولكن + بطبيعة + الحال + أنا + شربت + من + لبن + جبهة
التحرير الوطني + وأعرف الكثير + من + الإطارات + الذين + ساهموا + معى + في + الخارجية +
وخارج + إطار + الخارجية.

كما أني + وهذه + أرض + الزوايا + كما + أني + ومنذ زمن بعيد + بعيد ++ وقبل هذه
الفتن + وقبل ما تطلع كل شعارات الإسلام + والإسلاموية ++ كنت + صاحب زاوية + كنت
واحد منكم.

صفق + يا + الشيخ + التهامي + صفق + صفق ++ إذا + مافيش + واحد + يشهد + انت +
تشهد.

هذه + السياسة + كنت + أقول + أنكم + أنتم + صنعتوها + لأن +
أزرتوني + في + 99 + بقوة + بترشحكم + في + 2004 + كذلك + بترشحكم + اعطيوني +
نسبة + مئوية + تعطي + ثقة + في + النفس ++ ولكن + التجربة + كانت + قاسية + بالنسبة + لي
+ هو + في + الوفاق + الوطني + وكذلك + في + المصالحة + الوطنية ++ وانتخابكم + كان +
قوي + جدا + بالمشاركة + وبنعم + بالمشاركة + وبنعم ++ فأنا + ما طبقت + إلا + سياسة + أنتم
+ قررتوها + حاولت + نطبقها + وعسى + الله + تعالى + يكون + حماني + ما ارتكبتش + أخطاء +
كثيرة + بالنسبة + لنواباكم + إن شاء + الله.

على + كل + حال + المهم + هو + أن + نشتغل + جميعا + من أجل + إرجاع + السلم +
والطمأنينة + للقلوب.

ياما بلدان + كانوا + رجالها + يدخلوا + على + 04 + تاع + لعشية + خايفين + تطيح +
الشمس + ياما بلدان + كانت + الناس + مايخرجوش + حتى + 12 + تاع + النهار + خايفين + من

الظلم + يجبرهم + السوء + بما بلدان + كانت + معزولة + عن + بعضها + ولو ما نقسمها
+ إلا + 30 كلم + ما بين + العاصمة + وبليدة ++ ياما رجال + ما يستحيوش + أنهم + مایخبوش +
الخوف + نتاعهم لأن + الخوف + نتاعهم + متقاسم + ما بين + الرجال + النساء ++ ما بين +
الكبار + الصغار ++ ما بين + الأطفال + الشيوخ + ليعبدوا + رب + هذا + البيت + الذي +
أطعمهم + من + جوع + وأمنهم + من + خوف ++ دعينا + الله + تبارك + وتعالى + فقط +
تسبينا + باش + الله + تبارك + وتعالى + يامنا + من + خوف + قبل + الجوع + قبل + الخبر + قبل
+ الخبر.

اللهم + لك + الحمد + اللهم + لك + الحمد + استحباب + لدعائنا + استحباب + لدعائكم
+ إستحباب + لدعائكم

بما + أنه + إستحباب + لدعائكم + قلنا + ياري + هذه + البلاد + نتاع + المجاهدين + نتاع
+ التضحية + نتاع + الشهداء ++ ما تسحقش + أنها + تكون + البلدان + الأخرى + مهجورة +
منكورة ++ مهانة.

ويلاحظ ما يأتي:

1. طول الوقفات الواسعة بين الكلمات ، فالوقفة العادية بين الكلمات في كثير من الأوقات، وفي مستوى الأداء نصف ثانية (+) ، وهي الوقفة بين الإنتقال من كلمة إلى أخرى تليها، لكنه كان يتوقف لمدة قد تزيد عن الثلاث ثوانٍ أو الثنائيتين ، في مواضع لا يصح فيها الوقف، وذلك حتى يكتمل المعنى ، ويتبين ، ويتم إنتباه المستمع إليه مثل: "هي + فرصة + نتلاقى + فيها + لنجاسب + بعضنا + البعض" ، و مثل: " فأول + ما أقول + هو + الشكر + والعرفان" ، وأيضا في : "والآن + حرصتم + حرصا + كبيرا + على + أن + أترشح + لعهدة + ثلاثة + لابد + أن + أشرح + الأوضاع + التي + أتحمل + فيها + المسؤلية + أو + لا + أتحملها" ، كما أيضا في " حنا + ماناش + أنبياء + ينزل + علينا + الوحي".

و الإشارات المسطر عليها هنا هي عبارة عن توقفات عن الحديث أو الكلام من طرف الخطيب في أماكن لا يصح عادة الوقف عندها، فهو هنا يتوقف عن الكلام لمدة قد تفوق الثنائيتين في بعض الأحيان، إلى درجة أن المستمع أو المشاهد يعتقد أنه توقف الحديث نهائيا، أو لم يجد التعبير المناسب لمواصلة خطابه، ويمكن إرجاع هذا الوقف غير العادي إلى تعمد الخطيب

فعل ذلك من أجل لفت انتباه المتلقى إلى المفاهيم أو التعبير والأفكار التي يرى أنها مهمة أن يدرك معناها المستمع، حتى يسمعها جيدا لأن ذكر الكلمات المفتاحية أو الرئيسية في الجمل ، بشكل عادي ، وبوقف عادي ككل الكلمات الأخرى (+) لا يجعل لها أثرا على من يتلقاها، بينما إذا مهد لها بقطع الكلام كفاصيل سابق، هذا الأمر يجعل المستمع يذهب بسمعه مباشرة إلى التركيز على الآتي بعد السكت.

كما أن السبب الآخر الذي أدى إلى السكت أو التوقف عن الحديث فجأة في مواضع لا يصح فيها التوقف هو استحضار المتكلم لباقي أفكاره ، وترتيبها في ذهنه طبقا لأهميتها، وهذاطبعا باعتبار الخطاب ارتحاليا بحثا، فالمتكلم(الخطيب) من خلال مشاهدتنا لأشرطة الفيديو المسجلة لخطاباته لا يضع أمامه أية أوراق فوق الطاولة التي أمامه.

إذن يمكن القول أن ضرورة مواصلة الحديث بتنظيم وجدوى وفاعلية، تتطلب من الخطيب التوقف بين الفينة والأخرى للإسترسال في الحديث، واستحضار كل الأفكار ، والمواضيع التي جاء من أجلها الخطاب ، حتى وإن كان التوقف غير عاديا أو في مواقف غير مناسبة. وهناك سبب آخر أدى في بعض الأحيان بالمرسل او القائم بالخطاب الى التوقف عن الحديث لبعض الوقت، وهو تحيات وتصفيقات الجمهور ، والمداخلات التي كننا نراها بين الفينة والأخرى.

2. توقف المتكلم عند رؤوس المعاني لتوكيدها للمستمع مثل: "نلتقى + فيها+++ لنحاسب + بعضنا + البعض" ، وقد مد "الباء" في كلمة "فيها" ، ثم توقف لمدة تزيد عن الثانية والنصف ، ثم واصل الحديث، وذلك لتأكيد المعنى "نحاسب".

3. توقف المتكلم لأسباب خارجية، وهي ردود أفعال الجماهير ، مثال ذلك: "الحمد + الله + على + نعمة + الانتخاب [تصفيق] هذا + الانتخاب++ بالنسبة + لنا + ورقة + مهمة" ، وفي: "الله + يجازيكم + بالخير+ بكل + خير++ والآن + المطلوب + منكم + هو + لن + تروا + المرشحين+ وتشوفوا + اللي + يليق + بكم".

4. عبر المتكلّم عن الوقفة النهائية الواسعة التي توحى بانتهاء الكلام (الخطاب)، من خلال انخفاض درجة الصوت ، وهبوطها إلى الأسفل (المستوى المابط) مثل: "هذه + الخيمة + الطيبة + اللي + إسمها + الجزائر + نحافظوا + عليها + وشكرا + جزيلا". وقد انخفض الصوت عندما أوشك على نهاية الفقرة، ولكن هذا لم يدل أو يوحي للجمهور بأن الخطاب قد تم ، إلى أن ذكر عبارة الشكر في الأخير فصفق الجمهور، ويرجع عدم تيقن الجمهور بأن الخطاب قد انتهى إلى أن الخطيب قد عودهم في خطابه هذا على كثرة الوقفات ، وأيضا على التلاعّب بمستوى الصوت انخفاضا وارتفاعا.

(3) طبقة الصوت:

يلاحظ ما يأتي على طبقة الصوت في الخطاب (النموذج المختار وهو خطاب بشار):

- الجمل جمعها إخبارية إلا البعض القليلة الإنسانية و التي تكاد تنعدم، كالأمر في بعض الجمل، والنداء : "يا الشيخ التهامي" ، و "يا شباب الجزائر" ، وقد استخدم المتكلّم طبقة الصوت المتوسطة/2/ في معظم خطابه، ولكن هذا لم يمنع من استخدامه لطبقات الصوت الأخرى في مواضعها المناسبة ، كطبقة الصوت المنخفض/1/ مثل: "فليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعمهم من جوع، وأمنهم من خوف" ، وطبقة الصوت الأعلى (المرتفع)/4/ في "استحباب لدعائكم" ، ونلاحظ تذبذب في طبقات الصوت في الجملة: "جيّنا بسياسة باردة الأعصاب/2/ ، لا ندخل في شؤون الغير/2/↓ ، ولا نسمح للغير مهما /4/↑ كانت القوة والبطش/3/↓ نتاعوا أن يتدخل في شؤوننا الداخلية /2/↓ .

ويرجع سبب التذبذب في طبقات الصوت إلى محاولة الخطيب لفت انتباه الحضور إلى ثقل و معانٍ الكلمات(المفردات) ، الدالة والمؤثرة مثلا: "مهما" مد في {الميم الأخيرة} مع ارتفاع مستوى أو طبقة الصوت إلى الدرجة العليا/4/ تمهدًا لثقل وأهمية و قيمة ما يأتي بعدها ، ولل Rift الإنتباه والتأثير في الجمهور، ففي هذه الجملة نلاحظ أن الخطيب بدا كلامه عاديًا بدرجة/2/ (متوسط)، ثم أخذ الصوت يرتفع إلى الأعلى/4/ ثم تنخفض

قليلًا إلى المستوى العالى/3، وهذا لمتطلبات الحديث ، ولو قعه على المستمع ، والتأثير فيه.

- استخدم المرسل المستوى المابط في بداية جمله/1، مثل: "على كل حال/1/ اعتقد انه بالنسبة لل فلاحة/2/رأيتم أننا خذينا قرارات/2 وسنطبقها إذا الشعب الجزائري/3 أعطانا اصواتوا /2 وثقتوا/2.

فقد بدأ الصوت هنا منخفضا تماما ثم أخذ يرتفع قليلا إلى المستوى المتوسط والعالى ، ثم رجع في الوقفة النهائية إلى الهبوط إلى المستوى المتوسط مرة أخرى.

- إستخدم المرسل المستوى المتوسط لطبقة الصوت/2/ في كثير من الجمل الإخبارية في هذا الخطاب ، لضرورة الحديث، لأن الخطيب يخبر الجمهور عن المشاريع المسطرة للخمسية المقبلة ، وكذا يذكرهم بالإنجازات التي حققها خلال مدة حكمه ، وكل هذه الأمور لا تحتاج إلى انفعال أو إلى ارتفاع الصوت، كما أن طبيعة المكان لا يجعل الخطيب يبذل جهدا كبيرا في رفع صوته إلى أعلى مستوى باعتبار أن الخيمة التي خصصت اللقاء هذا الخطاب في مدينة أو ولاية بشار ليست بالحجم الكبير ، وبالتالي لا تتسع لعدد كبير من الجمهور الذي يحدث تشوشاً كبيرا ، وكما لاحظنا قد خيم على الخطاب جوا مناسبا لا يتسم بكثرة الأصوات وتصادمها بل كان السيد المرشح والخطيب هو المسيطر على جو الخطاب. وهذا ما أدى إلى استواء طبقة الصوت المتوسطة /2/على جو و مستوى الخطاب بدلا من المرتفع/3/ و الأعلى/4/.

(4) معدل السرعة في الأداء(طريقة الاداءtempo):

تميز معدل السرعة في الأداء بالبطء والاعتدال، والنموذج التي تحت أيدينا يؤكد ذلك، فالمتكلّم يكاد يتوقف عند كل كلمة بل عند كل حرف مستقل وقفه طويلة ، قد تصل حتى ثلث ثواني أو أربع في حالات نادرة، إلا في قليل من الجمل التي جاءت سريعة نوعا ما، وسمة البطء في الخطاب إنما توحى برزانة الخطيب وراحته ، وعدم ارتباكه، كما تدل أيضا على ثقته الكبيرة في نفسه، وعلى ماضيه المشرف، ومرتكزاته المبرهنة والصادقة ، كما نستطيع القول انه يعتمد ذلك حتى تكون عملية الفهم ، والإستيعاب جيدة ، وأيضا حتى تصل كل فكرة إلى الإسماع مؤدية معناها الحقيقي أو بالأحرى الذي ينبغي أن تؤديه كما أريد لها أو خطط لها.

5) الإيقاع:

استخدم المتكلم الإيقاع في نطاق واسع ، وقد توسع فيه، ومن أبرز صوره في الخطاب، التكرار: "رجعوا لها حقها" (ثلاث مرات)، و " جاء وقتكم" (ثلاث مرات). الح نلاحظ أن التكرارات مثلث ثانيا وأجزاء الخطاب، فهي تقريبا في نهاية كل فكرة ، إن لم نقل كل جملة، وهو امر متعمد ومحظط له بدقة ليؤدي مهمة ترسيحية لأفكار ومواضيع الخطاب في أذهان المتلقين.

6- المستوى المرئي (التمثيلي) :

أولا: العوامل أو السمات العامة:

المؤشرات		
القائم بالاتصال		
X	ذكر	الجنس
	انثى	
(35.25)	من	السن
(45.35)	من	
(55.45)	من	
X	55 فما فوق	الحالة العائلية
		المنصب
	متوسط	
	عالي	
X	عالي جدا	المستوى الثقافي
	متقاعد	
	بطال	
لم تتمكن من الحصول عليه من خلال الخطاب		ثانيا: العوامل الإجتماعية:
المؤشر		
المؤشر		
القائم بالاتصال (عبد العزيز بوتفليقة)		

	حسن	الذكاء الاجتماعي
	عادي	
X	جيد	
X	واضح في الخطاب	التعاون
	غير واضح في الخطاب	
X	بارزة سماته	التضامن
	غير بارزة سماته	
X	موجود من خلال الكلام	التكافل
	غير موجود	

يبدو من خلال الجدول أعلاه ومن خلال ما لاحظناه أثناء مشاهدتنا لأشرطة الفيديو المسجلة والخاصة بخطابات الحملة الانتخابية 2009 وتحديدا خطاب بشار أن الرئيس أو المرشح ذو ذكاء اجتماعي عالي ويبدو ذلك واضحا من خلال العبارات التي تحدث فيها بصيغة الجمع والتي كانت قد وردت بشكل كبير واضح في الخطاب، كما يبدو في نص الرئيس بوتفليقة الانتخابي سمة أخرى إجتماعية وهي التعاون أو الدعوة إلى التعاون وهذا يتضح في العبارات المختلفة والتي تتمثل في: "معاكم أنتم، وحدى والله ماني قادر، الخ"، وهناك صفتان اثنتان آخرتان اتصف بهما خطاب الرئيس بوتفليقة أو المرشح الحر وهما التضامن والتكافل، فقد كان يدعوا مراها وتكرارا إلى التضامن ومساعدة المواطنين بعضهم البعض، ومساندة بعضهم، وأيضا يدعوهם بدرجة كبيرة إلى مساندته في تسخير شؤون الوطن.

ثالثا: العوامل النفسية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
الانطواء	منطو منبسط
الانفعال(ضبط الفرد لانفعالاته)	ضابط لانفعالاته غير ضابط لانفعالاته

		جيد	المزاج
X		متقلب	
		سيئ	
X	إيجابي		اتجاه الفرد إزاء ذاته
	سلبي		
X	إيجابي		اتجاه الفرد تجاه الجمهور
	سلبي		
X	ثقة كبيرة		إدراك الفرد لذاته: الثقة بالنفس
	مرتبك		
	غير واثق		
X	قوية		إدراك الفرد لذاته: الشخصية
	ضعيفة		
X	إيجابي		الإدراك الموضوعي المعمق: الحياد
	سلبي		
X	موجود في الخطاب		الإدراك الموضوعي المعمق (التحليل الصحيح للأمور)
	غير موجود		
X	الفرح		الإحساس بمشاعر الآخر
X	الحزن		

يبدو المبحوث من خلال ملاحظة شريط الفيديو الذي يتضمن خطاب ولاية بشار أنه ألقى خطابه جالسا على كرسي ويبدو من خلال هذا الشريط أن الرئيس بوتفليقة ظهر منبسطا نفسيا لا يعاني من أي ضغوطات نفسية أو انقباض فقد اخذ راحته في الكلام، أما بالنسبة للانفعال النفسي أو ضبط المبحوث لانفعالاته فيبدو جليا لنا أن المبحوث يتحكم ويسطير كثيرا على انفعالاته النفسية إلا أن هذا لا يمنع من انفلات أعصابه من يده في بعض الحالات التي تعد قصوى ومؤثرة لدرجة كبيرة على النفس، كالحديث عن مسألة التشغيل، وإلقاء اللوم على الشعب، الذي لا يرضى بالمناصب الصعبة أو التي تتضمن تعاب بل يريد المناصب السهلة مثل: "منصب عساس في الإدارة"، فهو إذا متحكم إلى درجة كبيرة في أعصابه وضابط لانفعالاته، إلا أن الأمور التي تستحق الانفعال لم يستطع أن يمرها بسهولة أو

بابتسامة، بل أعطها حقها من اللوم والعتاب، وهذا ما يظهر انه واقعي في تناول المواقيع الهامة ، وليس متصنعا، كما يظهره على انه لم يأت إلى بشار من اجل الانتخابات أو الأصوات فحسب بل جاء مرشدًا لائما مهتما بأمور البلاد عامة وبأمور الجنوب وبشار خاصة.

وكل ما سبق من ملاحظات يؤدي بنا إلى ملاحظة هامة وهي أن الرئيس بوتفليقة أتى إلى بشار بمزاج متقلب ، إذ أنه لا يثبت على حال واحدة بل يتحوال نفسيا بين الفينة والأخرى، وذلك لضرورة الخطاب ، ولتغير مواضعه، فالمبحوث هنا تناول عدة مواضيع ولا بد بهذا أن يؤدي إلى التقلب في المزاج، فلكل موضوع حالته النفسية، وهذا أيضا ما يظهر شخصية الرئيس الطبيعية وليس التصنع كما يعطيه ثقة كبيرة من طرف الشعب ورضا بالشيعة الذي قدمه وجاء من اجله ، وبالتالي الموافقة والتزكية والتصويت.

أما عن اتجاه المبحوث نحو ذاته ونحو الجمهور فكلاهما تتسم بالإيجابية لا بالسلبية، ذلك انه من خلال المصطلحات والعبارات والأفكار التي أوصل بها مواضعه توضح لنا ذلك، فقد اظهر المعنى نفسه على انه يتسم بالمصداقية والملازمة، و الجدوى من خلال ما قدمه من إنجازات، كما يتضح ذلك في الوعود التي قدمها من خلال الخطاب، وأيضا من خلال مدحه لنفسه في كثير من الحالات ولو بطريقة غير مباشرة في بعض الحالات، كما أن اتجاهه نحو الجمهور يوصف بالإيجابي من خلال إشراك الجمهور دائما في عملية التنمية عن طريق العبارات المؤثرة فيهم ، مثلا: "وحدي والله ماني قادر، بيكم انتوما،...الخ"، والذكاء في تحسيس الشعب بدوره الفعال في تنمية الجزائر، وفي إدارة شؤون الوطن فهناك عبارات كثيرة في الخطاب دالة على ذلك.

أما بالنسبة لمسألة إدراك المبحوث أو الفرد لذاته ، فنلاحظ من خلال مشاهدتنا الدقيقة والمتمعنة أن الرئيس يبدو واثقا إلى درجة كبيرة في نفسه، وهذا ما تدل عليه طريقة الجلوس حيث أنه يجلس باحترام واعتدال، وليس منقبضا في طريقة جلوسه، كما توحى به عدم تقديره بإحضار أوراق معه ، بل ألقى خطابه ارتحاليا، فنحن لا نلاحظ وجود أية أوراق فوق الطاولة التي أمامه، أيضا ما يدل على ثقته القوية والكبيرة بنفسه، الطلاقة في الكلام، استحضار الأفكار بكل سهولة ، الاستمداد من ماضيه التاريخي ومن إنجازاته الواقعية الملمسة الأمر الذي زاده ثقة في نفسه، فلا يوجد أدنى شك في انه لم ينجز للجزائر منذ توليه شؤون الحكم، أيضا ما يبين هذه الخاصية روح الدعاية والنكتة والإبداع في تناول المواقيع المهمة في الخطاب...الخ.

كما يتضح جليا لنا من خلال شايا الخطاب أن المبحوث يملك شخصية قوية لا يزعزعها أي شيء ، أو كما تبدو عليه من خلال الخطاب على الأقل، وهذا ما تؤكدده القدرة العالية على مواجهة

الشعب وعلى الوقوف بكل ثقة في وجه المنافسين من أنداده في الميدان السياسي، كما توضحها أيضا الفصاحة والطلاقة في الكلام وحسن اختيار التعبير الملائمة لنقل الأفكار الحساسة والمقررة، وأيضا يجد شخص الرئيس أو المبحوث غير مرتكب وهذا أن دل إإنما يدل على ثقته الكبيرة في نفسه ، وقوه شخصيته.

أما بالنسبة للإدراك الموضوعي المعمق أي الحياد والفهم والتحليل الصحيح للأمور، فنجد من خلال نص الخطاب الملموس(المسموع والمرئي)أن جانب الحياد هنا إيجابي لدى المبحوث ، فهو يحاول حصر مستوى الكلام في ثلاث جهات فقط لا غير(نفسه أي شخص الرئيس، الشعب،الجزائر)يعنى الحياد ، وعدم التطرق للطرف الآخر، وهو الطرف المنافس له على مستوى الدائرة الانتخابية الرئاسية، فنحن نلاحظ انه متحيز لنفسه نظرا لطبيعة الأمر وما يتضمنه من ضغط على الأعصاب، والعواطف ولعب على الوتر الحساس لدى المواطنين،لكن هذا ليس على حساب ذم الطرف المنافس له، أما فيما يخص التحليل الجيد أو الصحيح للأمور، فهذا ما نقله لنا الخطاب،إذ أنه ينظر إلى مواضع خطابه أو المواضيع الرئيسية في تفكير الجزائريين من منظور صحيح أو إيجابي وواعي غير بعيد عن مستوى تفكير الشعب، وطموحاته، كما يعد بوضع الحلول لكل مشكلة.

ويكفي أن نلمس قضية الإحساس بمشاعر الآخر،من خلال التقلبات في المزاج حسب مواضع الخطاب المختلفة المخزنة والمفرحة، فنجد أنه مبتسمأ أو حتى ضاحكا إذا كان الحديث عن أفراح الجزائر، أو بطلات شعبها وحكومتها،في حين إذا تحول الكلام إلى أحزان الجزائر، وإلى معاناة شعبها، كالحديث عن الثورة والإرهاب،أو عندما تكلم عن معاناة الشعوب الأخرى، بالنسبة لقضية الجوع، والخوف، وحضر التجول والتنقل...الخ ، فنرى أن وجه الرئيس، أو المبحوث، يتوجه، وتصبح نظراته حادة، ويمتلئ وجهه حزنا وغضبا،و نلمس تذبذبا في مستوى الصوت بين الارتفاع والانخفاض،فالباحث هنا يتقمص الأدوار بشكل جيد، ويستطيع بين الفينة والأخرى التحول والانتقال من حال إلى آخر مغاير تماما.وهذا ما يجعل نسبة كبيرة من المصداقية ي خطابه، ويكتسبه كمية كبيرة من الثقة من طرف الجمهور.ذلك أن الفرد يؤثر بدرجة جد كبيرة بمن يلمس بهم البساطة والطبيعة والواقعية، والتواضع أيضا، وليس التصنع والرسمية.

رابعا: العوامل العقلية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
الذكاء	عال X جيد

متوسط	
محدد	
ضعيف	
X التعبير الجيد إجادة الشعر الموسيقى الرياضة القدرة على التركيز القدرة على التكيف	قدرات خاصة
X الدقة	
X معاني الكلمات المترادفات والمتضادات	الاستخدام الجيد للغة: المعاني المتعددة للكلمات
X التورية(ما وراء الكلام)	
X لغة موجهة للرجال لغة موجهة للنساء لغة موجهة للأطفال	الاستخدام الجيد للغة: مراعاة لغة الجمهور المخاطب
X واضحة في محتوى الخطاب غير واضحة في نص الخطاب	الاستخدام الصحيح للغة: مراعاة خبرات وتجارب المستمعين

يبدو مستوى الذكاء عال جداً في هذا الخطاب أو بالنسبة للمبحث، واهم ما يدل عليه القدرة العالية في كسب رضا الجمهور ، من خلال اختيار الألفاظ التي لها وقع كبير في نفس الفرد، والتي أثبتت أثراً نفسياً بالتجربة، كما أن الرئيس هنا يملك روح الدعاية والابتسامة، وأيضاً النكتة، وقد تميز الرئيس بوتغليقة بهذه الصفات منذ ظهوره كرئيساً ، وهذا الأمر لا ينحده متواحداً كثيراً لدى بقية السياسيين، وكل هذه الأمور تعتبر عناصر هامة دالة على ذكائه الاجتماعي والسياسي، أيضاً تقمصه لادوار، وقدرته

الكبيرة على تحويل المزاج بسرعة قياسية، خير دليل على الذكاء ،ولا ننسى روح الإرشاد، وإظهار الخوف على الوطن ،وحبه ،والتي اختبرها الشعب على مدى 10 سنوات مرت و ثبتت له صحتها، التواضع الملموس من خلال إشراك المواطن في العملية السياسية،عن طريق عباراته المتواصلة طيلة مدة الخطاب، وإشعاره بدوره الفعال في البلاد وفي تطورها، واستقرارها...الخ في حكومة الرئيس بوتفليقة،أيضا يبدو الذكاء في تقزيم دور الذات في بعض الأوقات ، وتعظيم دور الشعب...الخ.

ومن جهة أخرى وفيما يخص القدرات الخاصة، لم نستطع أن نستخرج من نص الخطاب إلا أمرین هما التعبير الجيد، و الدقة، أما عن التعبير الجيد، فهو واضح للعيان، وقد ذكرنا فيما سبق أمور كثيرة في هذا الصدد، فالمسلسل هنا، أو الخطيب يمتلك قدرة كبيرة على التعبير ، أو بتعبير آخر حسن توصيل الفكرة من خلال الكلمة،أو العبارة،أو الفقرة،وحسن اختيار العبارات والأساليب الملائمة، والمعبرة عن معانيها الحقيقة ، أو ما يريد هو إيصاله إلى مستمعيه.في حين تبدو الدقة أيضا في الكثير من الأمور، والتي تمثل أيضا في لغته المادفة المؤثرة والمحاططة تحطيطا جيدا،بحيث أنه يستطيع من خلال الدقة في اختيار الكلمات للتأثير في الفرد بكل سهولة مهما كانت درجة الذكاء لديه.

وقد استخدم لغة مختلطة ، فهي مزيج بين اللغة العربية، والدارجة ،أو العامية الجزائرية ، وهذا مراعاة منه لدرجة استيعاب الجمهور وفهمه، وكونه بصدق مخاطبة جمهور متباوت من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي،ولهذا فالعامية هي اللغة الأنسب للوصول إلى عقول المواطنين،لان الشرط الأساسي في القبول والتبني هو الاقتناع، والاقتناع لن يتم ما لم يفهم الفرد الفكرة التي يعمل المخاطب على نقلها إليه وإنقاذه بها، وقد أخذ الخطيب هذا الجانب بعين الاعتبار، لهذا نلاحظ تجاوبا كبيرا من طرف الجمهور الحاضر مع الخطيب،وهذا ما تنقله لنا المداخلات المتواصلة والمختلفة في كل مرة، والتحايا ، وأيضا التصفيقات، بمعنى اللغة المستخدمة في هذا الخطاب لغة مشتركة بين المرسل والمستقبل.

خامسا: الأساليب الاتصالية غير اللفظية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
المظهر: القامة	طويلة(1,75
	(1,95م
	متوسطة(1,55-1,74
	(م)
	X قصيرة(أقل من 1,55م)

X	رسمي (كلاسيك) غير رسمي (معاصر أو شبابي) ديني	المظهر: اللباس
	حادة جديدة مناسبة	نبرة الصوت
X	قوي مناسب ضعيف	حجم الصوت
.	منتصب على القدمين مرتكز على قدم واحدة مائل على اليد اليمنى مائل على اليد اليسرى	وضع الوقوف
X	جلسة انقباض جلسة امتداد جلسة اقتراب (مشاركة) جلسة استناد	الجلسة
X	جامدة كثيرة الحركة	نظرات العين: حركة العين
X	مبشرة	نظرات العين: تعابيرات العين
	فارغة متتبعة	

X	شديدة القوة	
	إلى الأرض إلى شيء مكتوب إلى السماء	نظارات العين: اتجاه النظرة
X	إلى الجمهور(المستمعون أو المشاهدون)	
.	بطني صدرى مستوى شخصي	التنفس
X	ضاحكة ساخرة	الابتسامة
X	احترام	
X	تحدى	
.	ذهابا وإيابا متجول فوضوي	كيفية التحرك
X	ناقلة لرسالة دالة على إعادة معلومة	الحركات والإيماءات
X	تقوی النقاش	
X	ترجم افعال تدل على حالات داخلية	
X	للفرحة للدهشة	تعابيرات الوجه

	للغضب	
	للخوف	
	للكآبة	
	للقلق	
X	للرعب	
	للرضا	
X	للاهتمام	
	مبادر بالتحية	البدء بالتحية
	متأخر	
	رافض	

يبدو الخطيب هنا مرتديا للباس رسمي، وهو عبارة عن بدلة كلاسيكية ملتزمة، ذات لون رمادي، مع ربطه عنق بنفس اللون، وقميص أبيض.

ولقد خيمت على الخطاب نبرة الصوت المناسبة ، ومستوى الصوت المتوسط العادي، كما امتنجت كثيرا ببرة الصوت المنخفضة نوعا ما، وقد يرجع السبب في ذلك إلى حجم المكان الذي يبدو ضيقا ، والذي هو عبارة عن خيمة صحراوية ضيقة مقارنة بالقاعات العصرية، أو على الأقل حسب ما يظهره لنا التصوير في الخطاب، حيث يبدي لنا من خلال حركة الكاميرا في آخر الخطاب باتجاه الجمهور، بان العدد الذي احتوته الخيمة هو قليل جدا. هذا ما جعل الخطيب لا يجد داعيا إلى رفع مستوى صوته، كما قد يعود انخفاض مستوى الصوت إلى طبيعة أهل الصحراء، وطبيعة المنطقة ، ذلك أن الصحراء هادئة جدا على عكس المدينة، وهذا ينطبق على أهلها أيضا. لكن هذا لا يمنع من ارتفاع مستوى الصوت في بعض المواقف المصاحبة ، والترجمة لانفعالات الخطيب المختلفة، إلا أنها كانت قليلة. وقد سجل الخطاب نبرة الصوت الحادة في قليل من الأحيان.

أما بالنسبة للجلوس ، فقد ظهر الخطيب جالسا في خيمة على كرسي ، وأمامه طاولة، وقد لاحظنا من مشاهدتنا لأشرطة الفيديو المسجلة للخطاب أن الخطيب أخذ وضع معين في الجلوس طوال مدة خطابه، وهي جذرة المشاركة التي بدا فيها مقتربا مهتما بجمهوره، جد مبالي بالأمور التي جاء من أجلها، مهتما أيضا بموضوعه.

وإذا تحدثنا عن العين ونظراتها، فيمكن القول أن حركة العينين ظهرت من خلال ثنايا الخطاب وحسب ما شاهدناه، في بعض الأحيان كثيرة الحركة، وفي البعض الأخرى مباشرة، لكن كثيرا ما رأيناها

كثيرة الحركة، بحيث أن نظارات عيني الخطيب تتحرك يمينا و يسارا، و تحدق تقريرا في كل شخص حاضر داخل الخيمة، وفي بعض الأحيان تأخذ اتجاهها واحدا للنظر، وربما الغرض منه إشعار الجمهور بالإهتمام ، وإعطاء كل شخص حقه من هذا الاهتمام.

أما فيما يخص تعابيرات العين فتبعد نظارات عيني الخطيب جد قوية موحية بالكثير من الأشياء، فنستطيع أن نفهم ،ونقدر ، ونشرع بكل مصطلح يقوله ، أو موضوع يذكره، بأنه نابع من صميم قلبه، كما أن نظرة العين بجدها خادمة ،ومصاحبة لكل موقف اتصالي ، و مدعمة له، وهذا مايسمى بلغة العيون، إذ نحن هنا نلاحظ أن لغة العيون كانت بارزة هنا بشدة، فقد لاحظنا من مشاهدتنا للخطاب أن المرشح يعيش الموقف الاتصالي الخطابي في كل مرة، ويغير طريقة نظرته حسب كل موقف ومزاج.

وقد لاحظنا أيضاً أن نظرة الخطيب طوال الخطاب من بدايته إلى نهايته كانت باتجاه واحد، وهو نحو الجمهور، فلم يكن هناك شيء مكتوب لكي ينظر إليه، وباعتبار أنه يخاطب الجمهور الحاضر في الخيمة، والذي جاء خصيصاً لمقابلتهم، ومحاورتهم ، فالضرورة اتجه النظر إليهم فحسب.

وقد بدت الابتسامة في هذا الخطاب (خطاب بشار) ابتسامة ضاحكة في معظم الأحيان، فهي

تعبر

عن حالة الفرح والسرور التي يشعر بها الخطيب، نظراً للطريقة التي رحب بها، والاستحسان الذي لقاها، وحالة الرضا التي يشعر بها، كما قد سجلنا ابتسامات من أنواع أخرى في الخطاب، كابتسامة الاحترام التي ارتسمت على محياناً الخطيب في معظم أوقات الإلقاء، والتي كان لابد من وجودها ، لأنها لا يعقل أن يلقى جمهوره وشعبه، مكتئب الوجه، في خطاب من هذا النوع، الذي يأمل منه العديد من الفوائد. وقد رأينا أن الخطيب كان يبتسم بطريقة أخرى مختلفة والتي أسميناها إبتسامة التحدي، وهي التي كان يتحدى فيها خصومه ،والنابعة من شعوره بالرضا عن ما لقاها، والثقة بالنفس ، والشعور بالفوز...الخ.

وقد بدت الحركات والإيماءات ناقلة لرسالة، مقوية للنقاش، مترجمة لانفعالات الخطيب المختلفة كالفرح والحزن، الغضب والرضا،...الخ، فقد لمسنا أنها ناقلة لرسالة من خلال حركات العينين، واليديين، الدالة على الدعوة إلى الاتحاد، والتضامن، وإلى حب الوطن،...الخ، لكنها كانت مقوية للنقاش بشكل كبير ومساعدة على التواصل، كما عرفنا وفهمنا انفعالات الخطيب المختلفة من خلال حركاته وإيماءاته، كتعابيرات الوجه، وحركات اليدين، ونظارات العينين.

نقلت لنا تعابيرات الوجه ثلاثة أمور: الفرحة، الإهتمام، الرضا. ويدو هذا جلياً من خلال الابتسامة المرسومة على وجه الخطيب، وجميع التغييرات التي طرأت على محياناً طوال إلقاءه للخطاب، من

فرح وأسى، وغضب، نستمد حالته النفسية ، خاصة الإهتمام. فكل موقف يؤكد لنا أكثر درجة اهتمامه بالموضوع الذي جاء من أجله، وبالجمهور، والوطن... الخ.

وقد بادر الخطيب بتحية الجمهور الحاضر، وأهل بشار بالتحديد، ثم وسع التحية إلى آهل الصحراء عموما، وقام بشكرهم على الترحيب، وحسن الضيافة، وأنى عليهم، كما حيا الشعب الجزائري عموما.

سادسا: الأساليب التقنية

المؤشرات	القائم بالاتصال
زوايا التصوير	زاوية امامية زاوية خلفية زاوية علوية زاوية سفلية X زاوية جانبية
ثبوت وحركة الكاميرا	X ثابتة X متحركة قليلة الحركة كثيرة الحركة
اتجاه الكاميرا	X نحو الخطيب نحو الجمهور مزدوجة نحو شيء آخر
مستويات التصوير	زاوية غطسية X زاوية ضد غطسية

وبالنسبة لزوايا التصوير، فقد لاحظنا الزاوية الوحيدة التي التق بها الخطاب هي الزاوية الجانبية، فقد صور الخطيب من جانبة الأيسر طوال خطابه إلى غاية النهاية في الدقيقة "20" أين تحركت الكاميرا

لتأخذ صورة أو زاوية شاملة عن جمهور الخيمة، ثم العودة بالكاميرا إلى الجهة السابقة أي بجاه الخطيب لينتهي الخطاب بعدها مباشرة، ويمكن إرجاع السبب في التصوير من جانب واحد فقط ربما إلى، ضيق المكان، وإلى ضرورة عدم التشويش على الجمهور الحاضر.

أما بجاه الكاميرا فقد كان منصبا طوال مدة الخطاب نحو الرئيس بوتفليقة إلى غاية د 20 كما أشرنا سابقا.

وإذا تكلمنا عن درجة ثبوت وحركة الكاميرا، فنستطيع القول أن الكاميرا لم تتحرك إلا قليلا جدا ، فكأنما هي آلة تصوير فوتografية، إلا في أول الخطاب، وآخره فقط. حيث رصدت في أول الخطاب كلمة اثنين من جمهور بشار، وفي آخر الخطاب أثناء وقوفه لإلقاء التحية والتحاور مع بعض الحاضرين.

ثالثا: **تحليل الخطاب الذي ألقاه الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في ولاية باتنة بمناسبة ترشحه لرئاسيات 2009 وتسويقا لحملته الانتخابية**

1-المستوى الشكلي:

-العنوان:

لا يوجد عنوان محدد لهذا الخطاب فقط إنه خطاب من ضمن الخطابات التي ألقاها الرئيس بوتفليقة خلال حملته الانتخابية الرئاسية 2009 ، والذي أخصه بولاية باتنة، أو أعدده خصيصا لأهل هذه الولاية، كما أنه لا يمكن تحديد عنوان الخطاب لاعتبارات عديدة كنا قد ذكرناها سابقا خلال تحليلنا لخطاب بشار. لكن الرئيس أشار إلى المدف من الخطاب أو لمح إليه، وهذا في الفقرة الأولى من خطابه، من خلال العبارة: "الناس فهموا باللي راي مرشح مانيش رئيس".

1. الشكل الهندسي لا يمكن تحديده نظرا لأن الخطابات لم تتوفر لدينا على الورق، كما أنها لسنا ملزمين به فقد اختارنا التحليل للخطاب مرئيا وليس مكتوبا.

2. ترتيب الأجزاء:بدأ خطاب الرئيس بوتفليقة هذا بـ: "بسم الله الرحمن الرحيم جينا نستقيو الشجاعة، الوطنية...الخ" ، وقد كانت هذه مقدمة تمهدية لمحتوى الخطاب والعرض منه، وقد وفق الرئيس في اختيار مقدمته.

ومن هنا شرع الخطيب في سرد أفكاره التي جاء من أجلها، والتي بدأها بالتمهيد للغرض من الخطاب، ثم الثناء على بطولات الشعب الباتني ، وعلى جهاده وكذا ،مع ذكر عيد النصر ، وأقرانه بالشهيد مصطفى بن بو لعيد، ومدحه هو الآخر، ثم ذهب إلى خلاصة مفادها القضاء على العنف و ضرورة توفير الأمن،

والمصالحة الوطنية، ومن ثم انتقل إلى التذكير بـالمأساة الوطنية التي لقيتها الجزائر أثناء العشرية السوداء، ومن هذا الموضوع انتقل الرئيس بوتفليقة المرشح الحر إلى الحديث ، أو الإشارة إلى موضوع الانتخاب والبرنامج الانتخابي له حيث بين انه ليس لديه برنامج محدد، ولكنه انطلق من ما أبخره خلال 10 سنوات خلت والاستمرار في ما بدأه، والتي لخصها في مسألة إرجاع الكرامة للبلاد، المديونية،البناء،السكنات،إصلاح قطاع التعليم،وتقليل حجم البطالة لدى الشباب،الصحة، ومن هذه العبارت الدالة على الإنجازات ذهب الرئيس مباشرة إلى دعوة الشعب إلى المشاركة في الانتخابات ، وإلى التصويت عليه خاصة ، وهذا بطريقة طلبية غير مباشرة، والاستمرار حتى النهاية في المدح، والدعوة إلى المشاركة السياسية، وأيضا في التعهد بالإنجازات في حالة انتخابه.

2) الوسائل:

. الوسائل اللغوية:

نلاحظ أن الخطاب الذي بين أيدينا قد احتوى على عناصر خطابية معينة ، وقد جاءت عبر وسيلة بسيطة وهي اللغة ، وهذا من أجل أداء الغرض الأساسي من الخطاب والذي هو غرض اتصالي إعلامي بحت ذو طابع سياسي، وقد حاول الخطيب قدر الإمكان استعمال لغة بسيطة وواضحة يفهمها الجميع، ولكن مع حرصه على دققها في أداء معاناتها الحقيقة للتأثير في المتلقى ، والوصول إلى الإقناع ، والأمر الملاحظ أيضا على هذه اللغة المستعملة هو أنها جاءت في شكل مزدوج من الوحدات اللغوية الدارجة والفصحي، غير انه يبدو لنا جليا أن اللغة الدارجة المتداولة في الوسط الاجتماعي الجزائري قد سيطرت على جو الخطاب اللغوي، وقد كان هذا كله بغرض تحقيق التوافق بين المستمع والخطيب، ومحاولة الخطيب الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الاقتناع لدى مشاهديه، وبالتالي ضم أكبر عدد ممكن من الأصوات الانتخابية إلى جانبه، وقد حرص الخطيب على هذا النوع المختلط من اللغة وعلى بساطتها كونه يتوجه بخطابه هذا إلى جمهور غير متجانس من حيث الصفات الاجتماعية والثقافية، فهو يخاطب جمهور متفاوت من حيث الطبقات الاجتماعية ، وكذا من حيث المستوى الثقافي ، والسياسي.

وقد خلّى الخطاب من الزخارف اللغوية والصور البينية ذلك انه خطاب إقناعي تأثيري بالدرجة الأولى، وان وجدت فهـي بشكل ضئيل مثل:"بالأمن تبني الأشياء وبالعنف تخدم الأشياء، كانت الديون على كاهلنا حتى سقطت أجسامنا من ثقلها،حتى نصالح الجزائر مع الشغل،يـدك في يـدي والجزائر تطلع للسماء،أنا كـي الدلاع تـاكـلو بالـطـابـع إذا عـجـبـكم الدـلاـع اـشـريـو اـ...ـ،إذا المجتمع ارتاح من المرض نـتـاعـو أم باـقـي في حـالـة تـرـبـصـ، لأنـ العالمـ يـنـظـرـ إـلـيـناـ" ، إذن فطبيعة الخطاب السياسية الإقناعية الاتصالية هي التي حددت نوعية اللغة المناسبة وهي اللغة البسيطة بالرغم من أنها موحية ، والعبارات والألفاظ مؤدية لمعناها

ال حقيقي، ولعني تضميني غير واضح ببساطة في الخطاب، بهدف الوصول إلى عقول الجماهير وإلى التأثير على الجانب النفسي لديهم.

2-المستوى الصرفي:

صيغ فاعل	صيغ تفاعل	صيغ المبالغة	أسماء التفضيل	أسماء المفعول	أسماء الفاعل	الأسماء	الأفعال والمصادر
0	0	4	2	23	35	324	272

حسب إحصائنا للأفعال التي تضمنها هذا الخطاب أو تشكل منها وجدنا أنها وصلت إلى 272 فعلًا، بينما بلغ عدد الأسماء 324، أما أسماء الفاعل فقد قدرت بـ 35 اسمًا، غير أن أسماء المفعول كان عددها 23 اسمًا، وعدد أسماء التفضيل 2، وصيغة المبالغة 4، وصيغة تفاعل 0، وصيغة وفاعل 0.

- زمن الأفعال:

الأفعال المضارعة	الأفعال الماضية
107 الدالة على الحاضر	129
73 الدالة على المستقبل	

بلغ عدد الأفعال الماضية 129 فعلًا، أما الأفعال المضارعة فالدالة على الحاضر كانت أكثر عدداً وتواجداً في الخطاب من الأفعال الدالة على المستقبل فقد قدرت الأولى بـ 107 فعلًا بينما الثانية بـ 73 فعلًا، وهذا التفاوت إنما يمكن إرجاعه إلى طبيعة الخطاب الذي يتحدث عن الحاضر عن أمور يجب أن تحدث في الوقت الحالي خاصة وإن الانتخابات لم يبق عليها الوقت الكثير كي تحدث فالخطيب هنا يتكلم عن إنجازاته الفارطة الحدوث كما يتحدث عن الإنجازات التي هي في طور الإنجاز، وأيضاً التي المزمع إنجازها أو تحسينها على أرض الواقع، وعلى مستوى أرض الجزائر، غير أن الخطيب لديه نظرة تأميمية ، ونية المستقبلية باعتبار أنه يدعو إلى إقناع الجماهير بأداء أفعال أو تصرفات لن تحدث إلا في المستقبل وليس في الحاضر، وهذا ما يفسر تواجد عدد معتبر من الأفعال الدالة على المستقبل، وأيضاً يشير إلى ما سيكون في المستقبل من مشاريع في حالة تم انتخابه مرة أخرى، أما التقارب العددي

بين أفعال الحاضر وأفعال المستقبل، فالسبب الوحيد هو أن المتكلم يتحدث عن الحاضر لينطلق منه إلى ما سيكون في المستقبل القريب، أو ما ينبغي أن يكون في المستقبل أو الآتي، إذن هناك تقارب عددي بين الأفعال المضارعة الدالة على الحاضر والأخرى الدالة على المستقبل، ليخدم طبيعة الموضوع، أما عن عدد أفعال الأمر فقد كان قليل أو يكاد ينعدم مقارنة بالأفعال الأخرى، وقد يرجع ذلك إلى محاولة تضمين المرسل أو الخطيب عبارات خطابه الأخرى أمراً خفياً، وذلك بإشراك المستقبل في جميع عمليات، أو عناصر موضوعه، مثل: نخدموا، نبنيوا، نصوت، ...، وهذا بهدف عدم إشعار الجماهير بالإرغام على فعل ما لا يريد، وأيضاً لعدم تحسيسه بالهدف من الخطاب الذي هو إقناع الجمهور بالتصويت على شخص المرشح فقط بأي طريقة، بل بالعكس محاولة إشعاره ب مدى أهمية خدمة الوطن فوق كل شيء، أما تكرارات الحديث الخاصة بـ "أنا" المتكلم، فهي ثانية عشر تكراراً، وقد جاءت كلها في وسط وآخر الخطاب، ويمكن تفسير هذا بان الخطيب لم يرد التعالي على جمهوره بذكر عبارات الأنما في أول الخطاب بل حاول كسب جمهوره أولاً من خلال عبارات الإشراك إلى أن تعود عليه الجمهور، كما أن وجودها في وسط وآخر الخطاب ترجع إلى أنها مؤدية لأغراض الخطاب ذلك أنه هنا يتكلم عن الإنمازات وعن العضات، والوعود، بينما لم يتكلم عنها في بداية الأمر، هذا ما استوجب وجودها في مكانها المحدد.

3- المستوى التركيبي:

العناصر الأساسية التي سيتم تناولها في هذا المستوى هي الجمل، وسنختبرها من حيث الطول، أو القصر، ومن حيث التعقيد أو البساطة، ومن حيث التأويل، أي تأويل حالة الجملة ومجئها على هذا النحو.

يبدو الخطاب من ملاحظتنا الأولية البسيطة، وملاحظتنا المعمقة، أو التحليلية انه جاء بعده النحوي الكامل قريباً نوعاً ما من بعد الدلالي، حيث كان هذا الأمر مساهماً في الوضوح والفهم والإدراك النحوي، إذن نستطيع القول أن هذا الخطاب قد اكتملت وظيفاته النحوية والدلالية، وقد امتنج لنص بين الجمل الفعلية والاسمية، كما امتنج بين الجمل الطويلة والقصيرة، ويختلف طول وقصر الجملة بين الفينة والأخرى طبقاً لطبيعة الفكرة التي أراد الخطيب الحديث عنها، ومدى إعطائه الأهمية والوزن لهذه الفكرة أو هذا الموضوع، وأيضاً لوقعها على الأذان، فإذا تطلب الفكرة أكثر توضيحاً وتفسيراً حتى تفهم بحد أن الخطيب يكرر ويوضح أكثر أما إذا كان الموضوع مفهوماً في رأي الخطيب فإنها تكون قصيرة جملتها، وفي هذا السياق كثيراً ما نجد أن بعض الجمل تأخذ فقرة كاملة أو مدة زمنية طويلة من زمن الخطاب، وبحد هذا جلياً في حديثه حول المعاناة التي عاشها الشعب الجزائري أثناء العشرية السوداء مثلاً، وأيضاً في حديثه عن المديونية والتطور... الخ، أما عن مسألة ترابط الجمل والأفكار فيما بينها

فلا لاحظ آن الخطيب قد حاول ربط المواقـع كلها بعضها بعض ، كما أن الجمل كانت مركبة تركيـا منطقـيا، إلا نادرا عند إدخـال الدارـجة على جـو الخطـاب. و من جهة أخرى لاحظـنا أن الجـمل القصـير قد فـاقت الجـمل الطـويلـة من حيث العـدد، وهذا أمر منـطـقـي طـبـيعـي، راجـع إلى طـبـيعـة الخطـاب، وإلى عـدـد الأـفـكار ذات الأـهمـيـة الكـبـيرـة التي كانت رـئـيـسـية قـلـيلـة، فـالمـوضـوع واـضـح الـهـدـف منهـ الذي هو مـوضـوع واحد "الـانتـخـاب" في حين كانت المـواـضـع الأخرى مـسـاعـدة على خـدـمة المـوضـوع الرـئـيـسي، وهذا السـبـب الأـسـاسـي لـقلـة الجـمل الطـولـية ذات الأـهمـيـة الكـبـيرـة، إذـن السـبـب الأـسـاسـي هو قـلـة المـواـضـع الأـسـاسـية الـهـامـة، فـالـجـمل الطـولـية كانت دـالـة على الأـفـكار الأـسـاسـية، أما الجـمل القـصـيرـة، فقد أـدـت الدـور المسـاعـد على الـرـيـط والـفـهـم... إـلـخ.

الجمل الفعلية	الجمل الإسمية
124	98

وقد بلـغ عـدـد الجـمل الإـسـمـيـة 98 جـملـة، بينما بلـغ عـدـد الجـمل الفـعـلـية 124 جـملـة.

- الصـيـاغـة وـعـنـاصـرـها:

1) التـرتـيـب:

- الوـسـائـل الإـقـنـاعـية: التـكـرار، ذـكـر الإـنـجـازـات، المـقارـنة بـيـن المـاضـي السـيـئ دونـ الرـئـيـس وـالـحـاضـر المـريـح الإـيجـابـي معـ الرـئـيـس، المـدـح وـتـعـظـيم الشـعـب، تـوـظـيف النـصـوص الـديـنـيـة، تـوـظـيف الأمـثـال الشـعـبـية، التـحـكـم فيـ مـسـتـوـي الصـوت وـتـوـظـيفـه طـبقـا لـعـنـاصـرـ الخطـاب، وأـفـكارـه المـهـمـة(رفعـ الصـوت وـتخـفيـضـه)...

- الوـسـائـل التـمـثـيلـية: زـواـيـا التـصـوـير(حسـن اـخـتـيـار الزـواـيـا ، سـوـاء إـذـا كـانـت زـاوـيـة أـمـامـيـة، أوـ جـانـبـيـة، أوـ تعـظـيمـيـة...)، طـرـيقـة التـصـوـير) القـرـب وـالـبـعـد وـحسـن اـخـتـيـار المـوقـفـ الـذـي تـتـمـ فـيـه عـمـلـيـة التـقـرـيب وـالـأـبعـاد وـالـشـمـولـيـة)، الأـلوـان(استـخدـام اللـون الأـزرـق الـبـنـسـجـي الدـالـ علىـ الـدـيمـقـراـطـيـة وـالـحرـيـة وـهـذـا كـتـقـلـيدـ لـما استـخدـمه "أـوبـاما" اـثـنا حـلـته الـإـنـتـخـابـيـة الـأـمـريـكـيـة)، مـلامـح الـوـجـه، نـظـرـاتـ الـعـيـن، طـرـيقـة الـجـلوـس، الـلـبـاس، وكلـ هـذـهـ العـنـاصـرـ التـمـثـيلـيـة سـيـتمـ شـرـحـهاـ بـالـتـفـصـيلـ فـيـ الـمـسـتـوـيـ المرـئـيـ.

- الوـسـائـلـ العـاطـفـيـة:

ونـقـصـدـ بـالـوـسـائـلـ العـاطـفـيـة قـدرـةـ الخطـيبـ وـأـسـلـوبـهـ الـخـاصـ وـالـبـارـعـ فـيـ تـحـريكـ مشـاعـرـ وـأـحـاسـيسـ وـأـرـاءـ الـجـمـهـورـ، وـالـأـسـالـيـبـ الـمـعـتـمـدةـ فـيـ الـوـصـولـ إـلـىـ هـذـهـ النـقـطةـ وـالـتـيـ اـسـتـخدـمـهـاـ الخطـيبـ فـيـ خطـابـهـ هـذـاـ، وـسـتـنـتـرـقـ إـلـىـ كـلـ تـفـاصـيلـ هـذـهـ النـقـطةـ بـالـذـاتـ فـيـ الـمـسـتـوـيـ الـتـداـولـيـ.

- وـسـيـلـةـ صـيـغـةـ الخطـابـ: (وسـائـلـ الـكـتـابـةـ وـالـنـطـقـ وـالـرـمـوزـ):

أهم ما يمكن الإشارة إليه أن الخطاب وضع مكتوبا ثم مسموعا ومرئيا، بحث مر عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، لكن لم نتمكن من الحصول النسخة المكتوبة للخطاب ، بل تحصلنا عليه في (dvd)، إذن نحن هنا ملزمين بتحليله وفقا لطبيعته السمعية البصرية ، وإهمال الصيغة الكتابية نظرا لعدم توفرها لدينا، أما الرمزية فغير موجودة أساسا في هذا الخطاب.

2) الأسلوب:

بالنسبة للمستوى الأسلوبي يمكن رصده على النحو التالي:

1. وصل عدد الأساليب الخبرية ، والتي تمثلت في :(الابتدائية، التقديرية، الطلبية، و الاضمارية، الفخر، المدح، الإشادة ، و الذم) إلى 123 أسلوبا.

2. الأساليب الإنسانية: التي وصل عددها إلى 52 أسلوبا في الخطاب. والتي هي على النحو التالي:

- الأمر:

-الترغيب والترهيب: 0

-الأمر على سبيل الإرشاد: 0

-الأمر على سبيل الالتزام(الأمر الحقيقي): 0

-الأمر على سبيل الطلب والدعوة 6

- النداء بغرضه التنبيهي أو الدعوة: 1

- الإستفهام(تردي، إنكارى، توكيدي): 1

- التمني: 1

- النهي: 0

- النفي: 43

تعليق على نتائج المستوى الشكلي:

يؤدي حضور الأفعال، والمصادر بشكل كبير في هذا الخطاب بمدى حرکية الخطاب وحيويته، وعدم جموده، على عكس الأسماء التي يوحى وجودها بنسبة عالية في الخطاب، أو النص بالجمود والركود. كما أن تواجد الأفعال بشكل قوي في الخطاب الذي بين أيدينا إنما هو راجع إلى طبيعة الخطاب الاقناعية والمهدف الترويجي له، فالخطيب هنا بقصد تسويق أفكار سياسية جاء بها في شكل حملة . الغرض منها الأساسي هو محاولة اكتساب أكبر قدر ممكن من الأصوات الانتخابية ، وضمنها إليه.

وبهذا فهو يتوعد، يسرد، يذكر، وكل هذه العناصر تجتمع في مصطلح واحد هو الإقناع، ولتحقيق هذا الغرض يجب عليه ذكر أكبر قدر ممكن من الأفعال التي تؤدي المعنى المبتغى، وهذا ما نلاحظه ، والذي لم يهمله الخطيب فقد أعطى الخطاب حقه من الأفعال المؤدية للمعاني المادفة والموحية والمقنعة، وقد غلبت على نص الخطاب الأفعال المضارعة ذات المعاني الدالة على الحاضر والمستقبل، وأيضاً المؤدية لمعاني الماضي والأمر بأنواعه في بعض الأحيان، فالخطيب يحاول أن يصل إلى المخاطب أننا: عانينا فيما مضى لكننا إذا اخذنا فيما بيننا نستطيع أن نكون أبناء اليوم، ونسعى من أجل مستقبل جيد زاهر، ومستقر، وآمن، وهذا كله لن يحدث إلا مع شخص واحد يجعلكم تتخلصون من الماضي المزري والتعيس، والبائس، يجعلكم تعيشون حاضراً مستقراً، ووحله قادر على أن يضمن لكم مستقبلاً آمناً ومزدهراً، وحتى تصل كل هذه الإيحاءات والمعاني لابد لها من مجموعة معتبرة من الأفعال الخادمة لمعناها.

وقد قلت أفعال الأمر ، أو كادت تندم (3 أفعال) فقط في خطاب طويل كهذا، ومقارنة بنظيرتها من أفعال ماضية ، وأخرى دالة على المستقبل والحاضر، نظراً لحرص الخطيب على أن يبني صورة حسنة عن نفسه ، ويترك واقعاً إيجابياً في نفوس الجماهير على أنه شخص متواضع، طيب، خلود لمبلده وشعبه، يتعامل بعدل وبلطف مع محكوميه ، ولوكي لا ينفر الناس منه. فلا يمكن تصور شخصاً يطلب شيئاً من آخر مع استخدامه لأسلوب صارم ، يحتوي على الصراخ وإعطاء الأوامر، والتعليمات ... الخ. ويمكن إرجاع قلة صيغ التفضيل، وصيغ المبالغة وإنما هو أسلوب سياسي إعلامي بسيط الغرض منه توصيل أفكار مبسطة، واضحة، ودقيقة من أجل تحقيق الغرض الاتصالي الاقناعي.

وإذا أتينا للتalking عن الضمائر وتكراراتها في الخطاب ، فهي بنسبة معتبرة ، خاصة تكرار ضمير "انا المتكلم" حيث وصلت إلى ثانية عشر تكراراً، وهذا دليل على الخطيب قد أطلق العنوان مدح نفسه، وليبيان انه يقرر عوضاً عن الجماعة ، وهذا الأمر لا يجب أن يكون في خطاب كهذا أو بهذه الصفة، فالإكثار من التكلم بضمير "الأنا" المفرد قد تعطي انطباعاً سيراً لدى المخاطب وقد تشعره بعدم جدواه في العملية السياسية، فمن المستحسن إشعاره بضرورته وجدواه في العملية السياسية، ومدى أهمية وجوده في المجتمع السياسي ، وبهذا فمن المستحسن استخدام ضمير نحن أو انت عوضاً عن ضمير أنا من أجل تحقيق الغرض الذي جاء أو أعد من أجله الخطاب ، والذي هو ضم أكبر قدر ممكن من الأصوات الانتخابية لصالح المرشح الخطيب، وأيضاً رفع مستوى المشاركة السياسية في البلاد الذي لاحظنا انه تكلم عنه في إحدى خطاباته الانتخابية بشكل صريح.

4- المستوى الدلالي:

الأبنية الدلالية الكبرى للخطاب:

يبدو ترتيب وتعاقب الأبنية الدلالية الكبرى في هذا الخطاب غير واضح نوعاً ما أي أن الخطيب لم يراعي الترتيب في عناصر خطابه الأساسية من عرضها لجمهورها، فهو يبدأ خطابه بالحديث عن موضوع الترشح ليبين الغرض من خطابه، ثم يثني ويكرر على الشعب الباتني وعلى أهل الوراس ، ومن ثم المجاهدين والحديث عن موضوع الجهاد بصفة عامة و ثورة التحرير الكبرى واهم بطولاتها، ليدعم بها موضوع خطابه، ثم الأمر الذي جر بدوره مباشرة الحديث إلى موضوع المصالحة الوطنية، ومن ثم التعقيب على المأساة الوطنية التي عرفها المجتمع الجزائري أثناء العشرية السوداء، والتي جاء بعدها مشروع المصالحة الوطنية كإجراء من طرف الرئيس بوتفليقة للحد من المشاكل والخسائر البشرية والمادية، وكاجتهد منه للتخلص من المعضلة، ثم نلاحظ أن الخطيب أعطى أهمية كبيرة للإنجازات التي قدمها لشعبه ووطنه أثناء مدة حكمه السابقة، هذا بعد الإشارة إلى البرنامج الانتخابي، وأخيراً ينهي خطابه بالدعوة إلى ضرورة المشاركة الانتخابية والتصويت، التي أعطاها نسبة معتبرة من خطابه، ثم التأكيد على ضرورة التصويت عليه ولكن هذه المرة بشكل صريح وعلني، بعد تلاعب كبير بالألفاظ والمصطلحات التي احتفى وراءها الطلب الأساسي والمدف الرئيسي للخطاب طيلة مدة العرض.

ويمكن عرض الأبنية الدلالية الكبرى بالتفصيل على النحو التالي:

1) بنية الترشح:

وهي البنية التي استهل بها الخطيب خطابه، وهي المدف الأساسي الذي اعد من أجله الخطاب ، ولم يصرح عنها بشكل مباشر و إنما أوردها ضمن عبارة خاصة غير مباشرة "الناس فهموا باللي مانيش رئيس راني مرشح" ، وقد مهد لها بمقدمة صغيرة من أجل دعم الفكرة وأيضاً لتوضيح الكلام القادم، كما انه تعمد الأمر حتى لا يشعر مستمعي الخطاب بأنه جاء فقط من أجل موضوع الترشح والانتخاب ، وليس موضوع آخر، بل أراد أن يؤكد لهم انه مهتم بجميع أمور ومشاكل الجزائر والجزائريين، وهذا لا يعني انه تحدث عن هذه البنية في مقدمة خطابه فحسب بل، تحدث عنها في مواقف مختلفة من أجزاء خطابه، مثل: "أنا الآن مانيش رئيس أنا مرشح" ، وهذا حوالي في منتصف الخطاب، "بكل شفافية يختار المرشح نتاعو" ، وهذا أواخر الخطاب، أيضاً .

2) بنية الانتخاب والتصويت:

الشيء الأساسي الثاني الذي ركز عليه المرشح، أو الشيئان اللذان تقاسما المرتبة الأولى في الأبنية الدلالية الكبرى في الخطاب بتعبير آخر هو الانتخاب والتصويت ، حيث هما أمران لا ينفصلان عن بعضهما فإذا قلنا انتخاب لابد من وجود مرشحين، وإذا قلنا تصويت أو انتخاب فلا تغيير هنا للترشح، فكل

من الترشح والانتخاب هما الموضوعان المهمان اللذان اعد من اجلهما الخطاب الذي بين أيدينا، ويمكن الاستدلال عليها في العبارات التالية: "يقول البعض أن هذا الانتخاب معروف بأننا نازر فلان، لا المازرة تكون بالانتخاب بالاقتراع، يوم الانتخاب لابد تقتربوا، بكل شفافية يختار المرشح نتاء، يقولوا أنهم يمتنعوا عن التصويت، صوت، صوت، مع أو ضد . أو بورقة بيضاء لكن صوت..."، وقد تكلم الخطيب عن هذا الموضوع في أوقات أو أماكن متفرقة من خطابه، ولم يتكلم عنها في فكرة واحدة، وقد استغرقت حوالي الدقيقتين ونصف، ولكن الوقت المستغرق للحديث عن هذه البنية الذي ييلو قصيرا جدا، لا يعني أنها ليست ذات أهمية ، بل يرجع عدم تواجد الأفكار الدالة عليها إلى رغبة المتكلم في عدم التحدث بصرامة، وإنفائه لنبوءة الحقيقة من وراء إلقاءه وإعداده للخطاب، والسبب في ذلك كما كرنا سابقا هو كسب ثقة الجمهور المتلقى. من أجل تحقيق المدف الجوهري وال حقيقي.

(3) بنية الانجازات والمشاريع المستقبلية:

أخذت هذه البنية جزءاً كبيراً وكبيراً جداً من وقت الخطاب وهيمنت على إجمالي أفكاره، وقد استغرقت حوالي ثلثي وقت الخطاب، أي ما يقارب 17 دقيقة إذا خصمنا الوقت الذي استغل في التصنيف من قبل الجمهور، والوقت الذي استغرقه الخطيب في الحديث خارج نص الخطاب أثناء حواره التلقائي مع الجمهور، وأيضاً من خلال تحياته لهم، ويمكن لمس هذه البنية الكبيرة من العبارات التالية: "أنا ما جيتش بقران جديد، جيت بأفكار الاستمرارية فيما قمنا به منذ 10 سنوات، عاهدت ارجع الطمأنينة لقلوب الجزائريين، أرجعت الطمأنينة، أرجعتها،... كذلك لأنني أرجع للجزائر مكانها المعهود في الساحة الدولية... أرجعنا الكرامة نتاءنا، والثمن نتاءنا، كانت الديون على كاهلنا حتى سقطت أجسامنا من ثقلها، وقلنا لابد أن ينتهي الحال، وحتى اليوم اللي ما كانش عندنا كفاية تاع لفلوس بدينا نخلصوا فالدين نتاءنا،... فيه ورشات موجودة منذ الثمانينات وما كملتش حتى الآن ، وخذلناها وكملناها، ورشات جديدة هداهالنا أن لم يكن استعمار، يكون من نوع جديد، هداهالنا الإرهاب... قلنا نبنيوا الشيء اللي دمروه وحرقوه وكسروه، وبنيناه وشيدناه، في 10 سنوات خلقنا 6 ملايين منصب شغل، اعدكم اذا الله تبارك وتعالى أراد أنني تكون رئيس في العهدة المقبلة لأنني سأوفر 3 ملايين اهرى،... بنينا مليون ونصف نتاء السكنات...، أتعهد أمامكم أننا سنبني مليون سكن جديد في 5 سنوات المقبلة، بالنسبة

للتعليم...تعرفون أن الانجازات كانت على أعلى مستوى ممكناً، بالنسبة لميدان الصحة فاعتقد أنكم تشووفوا المنجزات اللي كانت، وتشوفوا بان المستشفيات جاربة...الخ" ، إذن الحديث عن هذا الموضوع(موضوع الانجازات والمشاريع) يعتبر قد اخذ حصة الأسد من الخطاب ذلك انه الطريقة الوحيدة لإقناع المستمع بضرورة المشاركة السياسية والانتخابية خاصة، وإقناع الناخب بالأ شخص بضورة التصويت على المرشح الذي قدم كل هذه المنجزات للشعب وللدولة، لأن الفرد ، أو الشخص بصفة عامة لا يثق للوهلة الأولى بأي شخص ما لم تكن له معرفة سابقة معه، ونحن نعتقد أن الرئيس بوتفليقة هو الشخص المرشح الوحيد الذي كان للشعب معرفة عميقه به، سواء أيام وزارة الخارجية، أو في السنوات الأخيرة التي تولى فيها أمور الجزائر ،أي السنوات العشر الأخيرة التي تراس فيها البلاد، ونحن نلحظ أسرار المرشح على تذكير الشعب بنفسه ، وبما قدمه لهم قبل هذا اليوم حتى يتمكن من إقناعهم بالتصويت لصالحهم ، وبالتالي زيادة نسبة المشاركة السياسية، ويمكن تقدير نسبة هذه البنية بحوالي 55%.

4) بنية الثورة والجهاد:

لقد استغلت هذه البنية مكاناً معتبراً في الخطاب، وهذا يبدوا جلياً في مناطق كثيرة منه خاصة مع بداية الخطاب، بحيث استهل به الخطيب حدديث، ليكسب عواطف الجمهور، والسبب الأساسي هو أن الولاية التي ألقى فيها هذا الخطاب تعد الولاية رقم واحد من حيث الجهاد، لأن ثورة التحرير الجزائرية قد انطلقت من جبالها، فالرصاصية الأولى المعلنة عن بدا الثورة والجهاد كانت من الاوراس، كما أن نسبة الشهداء والمجاهدين مرتفعة جداً فيها، فمن البديهي والضروري أن يبدأ الرئيس بوتفليقة خطابه بهذا الجانب لإثارة انتباه الملا، غير أن هذا الموضوع يساعد الخطيب على ربط النقاش والتواصل مع الحضور باعتباره مجاهد، وإنسان عايش معهم الثورة وقادهم نفس الوضع، بمعنى أراد أن يقول لهم انتم مني وأنا منكم، ولكن بطريقة غير مباشرة فقط، وتبدو البنية من خلال: "جينا نستقيوا الشجاعة، جينا نستقيوا الشهامة، جينا نستقيوا الوطنية، أنه من الحظ والسعادة أن يتلقى الإنسان بأشقاءه في الجهاد في باتنة الاوراس، يوم عيد النصر، قل ولا السلاح...، نحن نحتفل اليوم بعيد النصر، مصطفى بن بولعيد، جندي أول نوفمبر 54، كل واحد منكم إن لم يكن مجاهد ففي أسرته مجاهدين فهو شهداء، تحية إلى جميع الذين عاشوا ثورة التحرير، ووقفوا أثناء المخنة الوطنية، ودافعوا عن الجمهورية والنظام الجمهوري،... كنت من

نصيب الشهداء، لقد علم أنسا من المجاهدين والصابرين، أنا عندي دار السي مصطفى بن بولعيد هي بيتي". وقد أخذت نسبة جد معتبرة، ومرتبة ثالثة من حيث التركيز عليها من قبل الخطيب

5) بنية مدح وتعظيم الذات والتعرif بها:

وقد استغلت مكانة لابنها في الخطاب بعد بنية الانتخاب، وبنية الانجازات والجهاد، فيمكن ملاحظة الكم الهائل من الأفكار التي حاول الخطيب أن يعبر بها عن ذاته مادحًا إياها، ومعرفًا بها بنفسه، حيث تبدوا الألفاظ والأفكار التي استخدما الخطيب للتعبير عن هذه البنية التي تعد أساسية، وأساسية جداً في هذا الخطاب، والتي نادرًا ما نجدتها في خطابات بهذا النوع، ونقصد بهذا أن الخطيب أكسر هنا من الفخر ومدحه لذاته بصفة مباشرة، واستخدامه لانا المتكلم التي قد تعود عليه بالسلب، بحيث تشكل انطباعاً لدى الجمهور بأنه متعالي متسلط يحب نفسه، وأيضاً لا يشرك غيره في شؤون الدولة... الخ، وهذا لا يعني أنه لم يشرك الجمهور في خطابه، من خلال استخدام في كل مرة الضمير نحن ، أو أنتم، إلا أن الإكثار من الأننا في خطاب بهذا النوع يعتبر غريباً، ونادرًا.

ويُمكن أن نرصد عدة أساليب عبرت وبدقّة عن هذه البنية أهمها: "جيـت بأـفـكار الاستـمـارـارـية...، أرجـعـتـ الطـمـائـنيةـ، كـذـلـكـ بـأـنـيـ اـرـجـعـ الجـزـائـرـ إـلـىـ مـكـانـهـ المـعـهـودـ...، أـنـاـ كـيـ الدـلاـعـ إـذـاـ عـجـبـكـمـ الدـلاـعـ اـشـرـيـوـ، إـذـاـ مـاـ عـجـبـكـمـشـ...، أـنـاـ لـابـدـ نـقـولـ...، أـنـاـ مـولـوعـ بـعـيـسـىـ الـجـرـموـنـيـ مـثـلـكـ، لـكـنـ عـيـسـىـ الـجـرـموـنـيـ مـاـيـمـعـنـيـشـ أـنـيـ اـشـتـغـلـ، أـنـاـ أـعـدـكـ إـذـاـ اللـهـ تـبـارـكـ وـتـعـالـىـ...". نلمـسـ فيـ هـذـاـ الـخـطـابـ أنـ الـخـطـيـبـ لـاـ يـمـيلـ إـلـىـ التـعـرـيفـ بـنـفـسـهـ، وـلـاـ عـنـ الـبـطـولـاتـ الـتـيـ لـعـبـهـاـ عـلـىـ أـرـضـ الـجـزـائـرـ، وـلـكـنـ يـشـقـ بـنـفـسـهـ اـرـتكـازـاـ عـلـىـ مـاـ قـدـمـهـ، فـهـوـ يـمـدـحـ نـفـسـهـ بـصـيـغـةـ الـجـمـعـ(ـنـحـنـ أـوـ اـنـتـمـ)ـ وـفـيـ بـعـضـ الـأـحـيـانـ أـنـاـ، لـكـنـ يـكـثـرـ مـنـ التـكـلـمـ بـصـيـغـةـ الـأـنـاـ فيـ الـكـثـيرـ مـنـ الـأـحـيـانـ حـتـىـ وـلـوـ كـانـتـ فيـ مـوـاقـفـ أـخـرـىـ غـيـرـ الـمـدـحـ وـالـإـشـادـةـ وـالـتـعـظـيمـ.

6) بنية الإرشاد والتوجيه والدعوة:

نلمـسـ إـلـىـ إـرـشـادـ وـالـدـعـوـةـ فيـ قـوـلـهـ: "هـذـاـ درـسـ لـابـدـ نـلـقـنـوـهـ لـلـشـيـابـ الـلـيـ صـوـتـوـاـ هـذـهـ السـنـةـ، إـذـاـ مـلـيـحةـ اـشـرـيـوـاـ، إـذـاـ مـاـشـيـ مـلـيـحةـ فـرـقـواـ، الـكـرـامـةـ هـاـمـ منـ التـطـورـ، عـنـ الـجـزـائـرـينـ الـكـرـامـةـ وـالـنـخـوـةـ أـهـمـ بـكـثـيرـ مـنـ التـطـورـ، إـذـاـ فـقـدـنـاـهاـ مـاـ يـرـجـعـهـاـ حـدـ، إـذـاـ فـقـدـنـاـهاـ مـاـ يـرـجـعـهـاـ حـدـ، هـذـهـ النـعـمـةـ مـوـجـودـةـ حـتـىـ فيـ الـجـزـائـرـ إـذـاـ

انتم تشتعلوا 24سا، عندما نتكلّم على الشغل الجزائريين يبردوا، نخدموا نخدموا يا جماعة، لأننا مدّيورين فقط نمشيوا نشمسوا، للبحر نعوموا....يشتعل أحسن من يكون يدندن، مadam السيدة نقولها يدك في يدي والجزائر تطلع للسماء، أنا كي الدلاع إذا عجبكم اشريو، إذا ما عجبكم مش الله يسامح بعضاً، إذا عجبكم الدلاع إلى الأمام (3 مرات)،...لا المازرة تكون بالانتخاب، يوم الانتخاب لابد تقرعوا...، أنا أوصيكم بخير بالنسبة للجزائر،...نصوت، نصوت، مع ، أو ضد ، أو بورقة بيضاء لكن نصوت أننا تعاهدنا....أن هذه البلاد نبنيوها بقدر الإمكان، فكونوا كعادتكم، تحالا فيهم". أيضاً ييدوا الخطيب قد ركز كثيراً على أساليب الدعوة والإرشاد، وهذا أمر طبيعي ، فالخطاب الغرض منه دعوة الجمهور أو الشعب إلى الانتخاب أو التصويت أو المشاركة في العملية السياسية عموماً، وهذا ما يفسر تواجد الأساليب الطلبية والإرشادية بكثرة.

7) بنية حب الوطن:

وقد جاءت العبارات الدالة عليها بشكل دقيق وواضح ضئيلة نوعاً ما، وأهم ما جاء في الخطاب دالاً عليها ما يلي: "جينا نستقيوا الوطنية، تحية أخرى إلى جميع الذين عاشوا ثورة التحرير، ووقفوا أثناء المخنة الوطنية، ودافعوا عن الجمهورية والنظام الجمهوري،... إلى كل الذين سقطوا من أجل الجمهورية،...أن الجزائر أقوى، وأكبر، وأهم من أن تبقى عنك مشاكل...، يدك في يدي والجزائر تطلع للسماء، أنا أوصيكم بخير بالنسبة للجزائر، تعاهدنا على أساس أننا هذه البلاد نبنيوها قدر الإمكان"". جاءت هذه العبارات موضحة للجمهور مدى حب المرشح أو الخطيب لوطنه، ونفس الشيء يجب أن ينطبق عليهم، وإذا أرادوا ذلك ما عليهم إلا أن يصوتو على هذا الشخص الذي يحب الجزائر بهذا القدر ، والذي تعلموا منه ذلك، هذا هو الغرض الأساسي الذي جاءت من أجله هذه البنية الدلالية، بمعنى أراد الخطيب أن يصل حبه للجزائر من خلال عدة أشياء، لكي يستلهم الجمهور ذلك منه، وبالتالي تتولد لديهم الثقة فيه. حتى يستأمنوه على أنفسهم وعلى أمرورهم ، وأيضاً على وطنهم. وقد استغرقت هذه البنية حوالي الدقيقتين فقط.

الأبنية الدلالية الصغرى: والتي تقصد بها المفردات الأساسية في الخطاب وما هو في حكمها:
المفردات السياسية:

1) الانتخاب:(الانتخاب 3 ، الاقتراع 1 ، الترشح و مرشح 5 ، المصالحة الوطنية 2 ، الوطنية 2 ، الجمهورية 2 ، النظام الجمهوري 1 ، المخنة الوطنية 1، برنامج 5،الساحة الدولية 1،رئيس 4،العهدة المقبلة 1، الحملة 1،التصويت 1،نصوت 2،يقرعوا 2) المجموع هو 34 مفردة.

2) الجهاد:(الشهامة 1،الشجاعة 1،الجهاد 1،عيد النصر 2،السلاح 1،البارود 1،النصر 1،النجاح 1،مصطفى بن بوعبيد 2 ، جندي 1 ، " 1 نوفمبر 54" 1 ، مجاهد 1 ، شهداء 2 ، ثورة التحرير 1 ، المخنة الوطنية 1 ، المأساة الوطنية 2 ، المجاهدين 4 ، أرجعنا الكرامة نتاعنا 1 ، استعمار 1). وعددتها 22 مفردة.

3) القضية الوطنية: (المخنة الوطنية 1 ، دافعوا عن الجمهورية 1 ، المصالحة الوطنية 2 ، الجزائر ملك الشعب 1،النظام الجمهوري 1،الجزائر أقوى و أكبر وأهم...1،المأساة الوطنية 2،ارجع الجزائر إلى مكانها 1 ، صالح الجزائر مع الشغل 1، يدك في يدي والجزائر تطلع للسماء 1 ، الجزائر حية 1 ، الشعب الجزائري حي 1 ، أوصيكم بخير بالنسبة للجزائر 1،الوطنية 2) = 17 مفردة.

4) مفردات خاصة بالنظام:النظام الجمهوري 1 ، المصالحة الوطنية 2 ، الساحة الدولية 1 ، الانتخاب 3 ، الاقتراع 1= 7 مفردات.

5) مفردات خاصة بالسلم:الصلح 1 ، المصالحة الوطنية 2 ، الطمأنينة 4 ، التحرير 3 ، الاستقلال 1 ، الأمن 1 ، العنف 2 = 14 مفردة.

المفردات الاقتصادية:
وهي كالتالي:(برنامج 3 ، الدين 4 ، لفلوس 1 ، اقتصاديين 1 ، نس蒂دين 1 ، نتطور 1 ، التطور 2 ، الحاجات المادية 1 ، البناء 1 ، الشغل 2،مخطط 1،ورشات 1، الغنا 1،البطالة 1،منصب شغل 1،البرنامج الطموح 1،الابحاث 2) إجمالي المفردات هنا هو 25.

المفردات الاجتماعية:(الناس 3 ، الإنسان 3 ، أشقاء 1 ، عائلتي 2 ، الرفاق 1 ، الإخوان 1 ، جميع 5 ، الشعب 5 ، الشباب 3 ، الأطفال 1 ، الجزائريين 4،السيدة 1 ، إخواني 1 ، أخواتي 1 ، مجتمع 2 ، الشبيبة 1) 35 مفردة.

المفردات المرتبطة بالتراث:(عيسي الجرموني 2،أوراس اللغة العربية 1)= 3 مفردات.

المفردات المرتبطة بالدين:(الله أعلم 1 ، الشهداء 2، الله تبارك وتعالى 5، الإسلاميين 1، الإسلام 1 ، الله 1 ، يهدي 1 ، ربنا 1 ، نحمد 1 ، رحمته 1 ، الحامدين 3، يوم القيمة 1 ، الله تعالى 1 ، مكة 1 ، بإذن الله 2 ، عهد المسلمين الحقيقيين 1)= 24 مفردة.

تعليق على إحصاءات ونتائج الأبنية الدلالية بنوعيها الكبرى والصغرى في هذا الخطاب:

تبين مختلف الإحصاءات لمختلف الأبنية الدلالية السابقة التي تناولها الخطاب مستويات اهتمامات الرئيس بوتفليقة بالترتيب حسب النسب والمفردات والأفكار الدالة والموحية بجوانب معينة، كما تمكن من أن تنقل لنا أيضا البنية العقائدية والخلفية الدينية المتشبعة بالدين الإسلامي والحضارة الإسلامية، ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال المفردات والألفاظ الدينية التي انتشرت وتوزعت في كل ثنيا الخطاب، وتوظيفه لاسم الله بين الفينة والأخرى باعتباره المعين على كل شيء، فإذا أتينا لاحتساب عدد المفردات الدينية بعدها 24 مفردة وهي، نسبة جد معتبرة في خطاب من هذا النوع، كون أن هذا الخطاب ليس دينيا، بل هو خطاب سياسي ، لا يحتاج إلى كل هذا الكم من الألفاظ الدينية إلا أن الخطيب لم يستغنى عنها، نظرا لتشبعه بالثقافة الدينية الإسلامية، التي تحصل عليها من جراء تكوينه في الزوايا، وباعتبار أن الدين الإسلامي هو الدين السائد في الجزائر، والنقطة المشتركة بين كل الجزائريين، إذن يمكن الدخول من خلاله إلى قلوبهم وأذهانهم، وبالتالي التأثير على أفكارهم وتغيير توجهاتهم ، تحقيق عملية الإقناع بالتصويت والمشاركة السياسية عموما، ذلك أن الجانب الديني قد اثبت فعاليته في تغيير الآراء على مر التاريخ، والخطيب يريد أن يدخل إلى قلوب الجماهير من هذا الباب، وفي اعتقادنا انه لم يخطئ بفعله هذا.

كما أن الخطاب قد اعتمد بدرجة أولى على ذكر البطولات الجهادية إبان ثورة التحرير والمجاهدين والشهداء مادحا بذلك باتنة الأوراس وأهلها، ليبين الارتباط الوثيق بين أهل باتنة وسكانها، وبينه هو كمجاهد ومشارك في ثورة التحرير الوطنية، ليبين بذلك أيضا جديր بالحصول على منصب الرئيس مرة ثالثة لا لسبب إلا أنه لم يتخل عن الجزائر في محتتها، كما أشار بشكل واسع وكبير ، وبإسرار شديد على الانجازات التي قام بها على مر 10 سنوات، سبقت، هذه النقطة التي ركز عليها وقد نالت النسبة الأكبر من الخطاب، والمدف الأساسي من التركيز عليها، هو الارتكاز على الشيء المحسد على أرض الواقع لإقناع الجمهور باستحقاقه للمنصب، وأيضا لفت الانتباه إلى المشاريع المسطرة والتي هي في طور الانجاز حتى يتم استكمالها في العهدة الثالثة معه هو رئيس، وليس مع آخر، وهذه ما جعله يركز دائما على كلمة أفكار الاستمرارية، إذن كل هذه الأبنية كانت جد أساسية وكبرى في الخطاب وتعد اللبنة الأولى التي بني عليها الخطاب.

هذا ولم يركز الخطاب على هذه البنية الثلاث فحسب بل جاء ثريا، فقد ركز أيضا على بقية الانتخاب والترشح ، وذلك لبيان النية الأساسية أو المدفوع الحقيقي من وراء إلقاءه لهذا الخطاب، حتى وإن كان الإفصاح عن ذلك لم يكن مباشرا وصريحا.

أما البنية الأخرى التي لم يهملها الخطيب فقد تمثلت في حب الوطن والقضية الوطنية التي أخذت نسبة معتبرة منه، هذه الأخيرة التي أشار إليها من خلال عدة عبارات ومصطلحات والمدفوع الأساسي منها إثارة انتباه الجمهور إلى ضرورة الاشتراك في حب الوطن وخدمته والتغافل في حبه، وأيضا التضحية من أجله، فقد ساعدت هذه البنية على كسب ثقة الجمهور وعلى جلبهم إليه، كما أن عن طريق هذه البنية الدلالية يستطيع المرشح دفع الشعب على المشاركة في العملية الانتخابية والتصويت، باسم الوطن وحب الوطن، والتضحية من أجله، وأيضا الاتحاد مع المرشح من أجله.

وقد بدا الخطيب مرشدًا موجها، داعيا ، وهذا أمر طبيعي بالنسبة للدعوة إلى التصويت والمشاركة في الانتخابات ، إلا أن التوجيه والإرشاد يعد أمرا غير عادي في هذا الخطاب، لكن يمكن تفسير وجوده برغبة الخطيب أن يؤكد للجماهير أن المدفوع من وراء الخطاب ليس الانتخاب، وكسب أكبر قدر من الأصوات الانتخابية، وأيضا تسويق الحملة الانتخابية فحسب ، بل أن كل شيء في الجزائر ، ويخص شعبها، ومشاكلها، وكل أمر بإمكانه أن يصلح حال الجزائر ويعود بالفائدة على شعبها ومكانتها، هو أمر مهم ، ويعمل من أجله ، وبالتالي يجب الإشارة إليه في كل موقف، وفي كل لقاء مع الجمهور.

غير أن هناك بنية قد وجدت في الخطاب لم نجد لها تفسير سوى جرعة زائدة قد يكون لم ينتبه لها الخطيب، أو ربما تعمدها انطلاقا من أنه يتحدث عن نفسها وعن مشروعه الانتخابي، وهي بنية الفخر، وحب الذات والتكلم بصيغة الأنما (تعظيم الذات والإعلاء من شأنها).

لقد انتهى الحديث عن الأبنية الدلالية الكبرى ليأتي الحديث عن الأخرى الصغرى، والتي أتت من خلال ما أفرزته الكبرى، وقد تصدرت السلم الدلالي المفردات السياسية بمجموع 94 مفردة. بحكم أن الخطاب سياسي بحت.

وقد بلغ عدد المفردات الاجتماعية 35 مفردة وهي نسبة جيدة، الأمر الذي جعل المفردات الاجتماعية تحل المرتبة الثانية بعد المفردات السياسية، ويرجع السبب في ارتفاع نسبتها إلى طبيعة الخطاب الذي هو سياسي اجتماعي، حيث أن الخطيب يتكلم عن موضوع سياسي، وهو انتخاب رجل سياسي منصب رئيس دولة عن طريق الاقتراع، وهذا بإشراك الشعب في الأمر، وأن موضوع الانتخاب صالا يصنف ضمن علم الاجتماع السياسي لأنه يتعلق بموضوعا السياسة والمجتمع معا.

لتأتي المفردات الاقتصادية في المرتبة الثالثة بـ 25 مفردة نظراً لكون الرئيس تحدث بشدة حول المنجزات المادية والاقتصادية التي حققها، وهذا ما فسر تواجدها في المرتبة التالية بعد السياسية التي نالت حصة الأسد من إجمالي المفردات الدلالية.

وأخيراً المفردات الدلالية التي تتعلق بالدين والتي وصلت إلى 24 مفردة بحكم أن الخطيب ذو خلفية دينية ، ومتسبّب بالثقافة الإسلامية وهذا ما جعله لا ينسّخ عن ما هو مرسخ فيه، كما أن المجال الديني ناجح التأثير والفعالية في عملية الإقناع. هذا وقد كادت أن تتعذر المفردات المتعلقة بالتّراث نظراً لعدم أهميتها في الخطاب وفي المجال بصفة عامة.

وقد حاولت البُنى الكبُرى والصُّغرى تحقيق هدف الخطاب والعنوان الرئيسي، والذي هو دعوة وتوجيه الشعب نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية، والتصويت على المرشح الخطيب.

5- المستوى التداولي:

1) المرسل (الخطيب):

صاحب الخطاب هو السيد عبد العزيز بوتفليقة، رئيس الجزائر، وهو غني عن التعريف لأي شخص بغض النظر عن مستواه أو مكانه في الجزائر باعتباره الرجل الأول في الجزائر.

2) المتلقى:

يبدو من خلال ما قدمه الرئيس بوتفليقة في خطابه هذا من تحايا ومدح، إن الخطاب موجه بالدرجة الأولى إلى شعب ولاية باتنة وخاصة إلى من حضروا الخطاب في القاعة التي خصصت لذلك، وهم من عامة الشعب الجزائري، يتفاوتون في الأعمار والمستويات الاجتماعية والثقافية، لديهم على الغالب دين واحد وهو الدين الإسلامي، أتوا جميعهم من أجل مقابلة الرئيس بوتفليقة، وهم مهيّؤون لسماعه ومشاهدته. وعلى الأغلب عم من مؤيدي الرئيس و برنامجه الانتخابي، وترشحه لعهدة ثالثة. وقد يكونوا أكثرهم مجاهدين وأبناء شهداء، أو من أسر ثورية، أو أعضاء الحزب الحاكم ، مع أن الرئيس يبيّن في خطاباته الانتخابية أنه مرشح حر، أي لا ينتمي لأي حزب.

وأهم ما جاء الرئيس به من مواضيع التي هي أهم رغبات الجمهور أو الشعب الجزائري عموماً، هي المزيد من المشاريع والتحسينات والبرامج التنموية، التركيز على موضوع البطالة ومعالجتها ، التركيز أيضاً على الشباب وعلى مشاكل الشباب ، التأكيد على موضوع السكن، وتوفير المزيد من السكّنات.

أما من ناحية الاستحضار والتغييب التي استخدمها الخطاب، والسيادة التي يمارسها نص الخطيب على المتلقى، فهي المحاولة المستمرة من قبل الخطيب لإظهار وإحضار الدور الإيجابي والفعال

الذي مارسه الشعب في عملية التنمية ، وتحسين صورة الجزائر أمام نظيراتها، وأيضاً محاولة تبيان حاجته الماسة إلى الشعب الذي يظهر لهم بأنه بدونه فهو لا شيء سابقاً وحالياً، وفي المستقبل، وهذا كله من خلال صيغة الحديث التي استعمل فيها ضمائر الجمع (نحن أنتن)، وأيضاً للعبارات التي ألقاها مادحاً فيها الشعب، ومبيناً فيها جدواه السياسية خاصة وفي القطاعات الأخرى عامة.

3) السياق:

أ- السياق الاجتماعي:

هذا المجتمع الذي نحن بصدده الحديث عنه، والذي وجه إليه الخطاب الذي بين أيدينا هو عبارة عن مجتمع، عاش سابقاً مرحلة تحول من الاستعمار إلى التحرر ، وهو الآن يعيش مرحلة التحول من الإرهاب الذي انتهى مع نهاية التسعينيات، ومن مرحلة البدائية إلى التحضر (العيش في المدن)، والمجتمع الذي يظهره الخطاب الآن هو المجتمع المت奔ج بالإصلاحات التي مست مختلف القطاعات، وبسياسة التنمية، وأيضاً بالاستقلال، والأمن ، والتطور، والاستقرار، والمعروف عليه انه مجتمع تشكل من شعب ضحي وعاني من ويلات الاستعمار لعدة أجيال، ولم يتم تحرر إلا حديثاً، كما انه الشعب الذي فجر ثورة التحرير، وشعب المليون والنصف شهيد.

وقد امتزج الخطاب لغويًا بين اللغة العربية الفصحى، واللغة الدارجة المتداولة في الوسط الاجتماعي الجزائري، حتى تتحقق عملية الفهم من كافة شرائح المجتمع، ويحدث التأثير والإقناع اللازم الذي أراده معد الخطاب، و اختيار اللغة كخلط بين الاثنين إنما هو لدعم المستوى الدلالي ، والتواصلي للخطاب.

ب - السياق المكاني:

لقد تم إلقاء الخطاب في ولاية باتنة، وهي ولاية تقع شرق الجزائر، أما عن المكان بالتحديد الذي القى فيه الخطاب، فقد كان داخل قاعة ، قد تكون دار ثقافة، أو قاعة خاصة... الخ، قاعة عصرية مجهزة بكراسى... وملوءة باللافتات المدعمة لمشروع الرئيس، مغلفة حيطانها باللون الأزرق...

ج . السياق الزماني:

وقد حددت فترة الحملة الانتخابية بـ 19 يوماً، وتاريخ نهايتها هو يوم الانتخاب، في 9 ابريل 2009 لكن تاريخ إلقاء هذا الخطاب بالتحديد لم نتمكن من التحصل عليه إلا من خلال ما ذكره الرئيس بوتفليقة بأنه يوم عيد النصر.

الوسائل الاقناعية(الأدلة والبراهين وصيغها):

1- الأدلة الداخل نصية:

1) التوكيدات.

2) القياسات الاضمارية.

3) الأمثلة: دينية، تاريخية، اجتماعية، خيالية، أسطورية، وقد ورد في الخطاب أمثلة تاريخية، وأخرى اجتماعية و

أخرى دينية:

نجد الأمثلة التاريخية في: "سيبقى أحب الناس إلى من عند الله مصطفى بن بو العيد جندي 1 نوفمبر 54". والتحدث عن المحاهدين والشهداء.

أما الأمثلة الدينية فتلمسها في: "انك لا تهدي من أحبت والله يهدي من يشاء".

وبنجد الأمثلة الاجتماعية في المقارنة بين الشعب الأسيوي، والشعب الجزائري من حيث الشغل.

وكل هذه الأمثلة مورست كأدلة ضغط و إقناع وتأثير على المتلقى لتعزيز آرائه، أو لدعم الآراء المؤيدة أكثر.

الاستدلالات الواردة نصائحا وإرشادات:

وقد حضرت هذه الاستدلالات بشكل واضح وجلي في أجزاء مختلفة من الخطاب، ومنها الدعوة إلى خدمة الجزائر، الدعوة إلى التصويت، التوصية بالجزائر خيرا، الدعوة إلى الاهتمام بأهل مصطفى بن بو العيد... الخ.

2- استدلالات أخرى خارج نصية:

ومثل هذه الاستدلالات أدوات النفي، مثل: "مانيش رئيس راني مرشح، و، وما بدلوا تبديلا، وأيضا، الجزائر ملك للشعب الجزائري بأكمله، لاهي ملك للإشتراكيين، ولا هي ملك للذين يغالون في الإسلام، وأيضا، انك لا تهدي من أحبت والله يهدي من يشاء، و في ، لا المؤازرة تكون بالانتخاب... الخ.

وأساليب الحصر مثل: لأننا مديورين فقط نمشيو نشمسوا....،

وأدوات الإثبات "بان" كـ: واني لو كنت اعرفه بيقى أحب الناس إلى من عند الله...، وفي: إني أشعر أنني في أسرتي وعائلتي وأهلي، و: إنه لابد من المصالحة الوطنية... الخ.

وهنالك إثباتات أخرى باللفظ متعددة. واستدلالات بعبارات.

- استعان الخطيب بعناصر صوتية، وأخرى حركية تمثيلية لتدعم خطابه، وكل هذه كانت عبارة عن أدوات لتفعيل عملية التواصل، والانفعال، وعبرت عن كل من الدعاية والنكتة كالابتسامة، والجدية كنظارات العين وطريقة الوقوف المتتصب، والتفاعل مع الحضور الذي يتم من خلال عدة أشياء كحركات اليدين ، وبعض العبارات الموجهة لهم خارج الخطاب، وأيضا استقبال عباراتهم والاستماع لها...الخ.
- التأثير على المتلقي، من خلال العديد من الأشياء، كشخصيته المقلبة التي تستطيع التماشي مع الموقف مهما كان نوعه ، ومع الموضوع الذي يتم التحدث فيه، والتي تغير بمجرد تغيير الموضوع، القدرة على مخاطبة جميع فئات المجتمع وطبقاته، والازدواجية في الأجيال، فكره الثري، افتتاحه، هيئته، السياسة التي يتبعها، القضايا التي يؤمن بها التي تجمع الأجيال...الخ ، وكل هذه عبارة عن مؤثرات خارج نصية استطاع المتكلم أن يستغلها لزيادة حظوظه في التأثير على المستمع.

المؤثرات الخطابية:

1) تهيئة السامع: واستدراجه نحو موضوع الخطاب والمدف منه، وفي هذا الخطاب لعب الخطيب على شيئين اثنين في المقدمة، استدرج المستمع نحوهما في مقدمة خطابه، فالأمر الأول هو انه بدا بالبسملة والذهب مباشرة إلى الموضوع وهو مدح الشعب الباتني باحسن ميزة يتصفون بها ، أو يمتلكونها هي الشجاعة، والتضحيات التي كانت منهم إبان ثورة التحرير ، وهو الأمر الذي يكسب به الجمهور، خاصة بعد الحادث الأخير الذي وقع له في هذه الولاية بالذات، والذي هو محاولة اغتياله، وقد أشار إليه الخطيب فيما بعد ولكن بذكاء شديد، أما الموضوع الثاني والذي هو الأهم، فهو استدراجهم نحو موضوع الخطاب، والذي هو الترشح، بقوله: " تستغربوا بخي هنا كرئيس في كل مرة واحد يقدملي رسالة، والآن في كل الطريق جاتني 3 رسائل ، الناس فهموا باللي مانيش رئيس ، راني مرشح ". وهي طريقة جد ذكية ، وقد وفق فيها كثيرا المرشح.

2) مراعاة المقام: لقد راعى الخطيب مقام المتلقي، فقد استخدم لغة الخطاب اليومي العادي (اللغة الدارجة)، بالإضافة إلى اللغة العربية الفصحى، كما تناول موضوعا يستقطب اهتمامات الشعب العام، وقد وفق الخطيب في اختيار اللغة المناسبة لهذا المقام، أي اللغة المناسبة لمختلف شرائح المجتمع.

3) استخدام الأساليب البيانية، والبدوية المؤثرة.

4) كثرة استخدام الفعل المضارع بنوعيه الدال على الحاضر والمستقبل، الدال على الحيوية والحركة، والتفاؤل، وهو أقوى تأثيرا من نظيره الماضي، ذلك انه يعبر عن ما هو حارى حاليا، وعن المستقبل، أي ماسيكون، على خلاف الماضي الذي حدث ومر، ولا يمكن إصلاحه، أو تغييره، فالمضارع هو الأكثر تأثيرا وإقناعا، والأبقى في ذهن المستقبل.

5) الإقناع المنطقي: ونلمسه في الخطاب من خلال بعض العبارات مثل: "أنا كي الدلاع تاكلو بالطابع، إذا عجبكم الدلاع اشريو إذا ما عجبكمش الدلاع الله يسامح علينا...، و...أن يصوتوا حتى ضدنا لكن يصوتوا، وفي قوله نصوت مع ، أو ضد، أو بورقة بيضاء لكن نصوت"، وغيرها الكثير من العبارات الاقناعية المنطقية، وأيضا من خلال ذكر أوضاع الجزائر وشعبها المزري قبل تولي الرئيس بوتفليقة لكرسي الرئاسة، والتي انتهت بعد أن جاء رسميا إلى الجزائر من خلال مشروع المصالحة الوطنية. والاستدلال أيضا بموضوع الجهاد كدليل على الاستحقاق بالمنصب.

6) استخدام المؤكّدات الاقناعية: ويمكن ذكر أهمها على النحو التالي:

أ- التكرار(التوكييدات اللغوية): الذي ساهم في لفت الانتباه في بعض الأحيان، ولكن الغرض الأساسي منه في كثير من الحالات هو الاقناع، وقد أدى دوره بكفاءة وفعالية تامتين، ونلمسه في: "درنا درنا، وما بدلو تبديلا، لا بد من المصالحة الوطنية، لا بد من المصالحة الوطنية، لا بد من المصالحة الوطنية، لأن بالأمن تبني الأشياء وبالعنف تخدم الأشياء، كررت مرتين، أننا من الشاكرين الحامدين، كررت ثلاث مرات، إلى الأمام، إلى الأمام، وبينناه وشيدناه ، وبينناه وشيدناه ، نخدمو نخدمو يا جماعة، نصوت، نصوت، لا يقبل ، لا يقبل...الخ" لقد ساهمت كل هذه التكرارات وغيرها في دعم عملية الإقناع والتأثير على المتلقى وإثارة انتباذه إلى أهم المواضيع والأفكار التي جاء بها الخطيب. والتي تخدم مشروعه الانتخابي.

ب- التوكيدات المعنية:مثل: "الآن في كل الطريق جاتني...، في كل فترة، إلى جميع الرفاق، إلى جميع هؤلاء الأعزاء، إلى جميع الذين عاشوا ثورة التحرير، إلى كل الذين سقطوا من أجل الجمهورية...، كل الأوراس، كل الإخوان،...والغرب بصفة عامة..."

خصائص الأسلوب:لقد اتسم أسلوب الخطاب بعدة خصائص هي كالأتي:

1- التكرار: هذا الذي يعتبر ابرز ميزة في الخطاب الذي تناولناه، وقد وظفه الخطيب من جميع جوانبه ومستوياته، الصرفي اللفظي، والتركيبي(الكتل التعبيرية).

أ- المستوى الصرفي: كتكرار الجذر والصيغة، والجذر مثل: تعاهدنا عهد الاشاؤس، وتكرار الصيغة مثل: جينا نستقيو الشهامة، جينا نستقيو الشجاعة، جينا نستقيو الوطنية، جينا نستقيو الوفاق. والى جميع الرفاق، الى جميع الاخوان، الى جميع الأعزاء، المحاهدين والصابرين، نخدمو نخدمو يا جماعة، جيت باش تتبناوني، جيت باش تساندوني، جيت باش تؤازروني، جيت باش تدافعوا علي... ويقود تكرار الصيغة إلى تكرار المستوى الصوتي المكافئ أو المماثل له، الأمر الذي يجعل التكرار قويا في إيحائه وتنبيهه، وقد استخدم المتكلم بهاء السكت(الصمت)، بعد المقاطع التعبيرية، التكرارية مثل: جينا نستقيو الشهامة، جينا نستقيو الشجاعة، جينا نساقيو الوطنية...، وفي جيت باش تساندوني، جيت باش تتبناوني، جيت باش تآزروني، جيت باش تدافعوا علي.

ب- المستوى اللفظي: ويتمثل في تكرار اللفظ، أو المعنى دون اللفظ، مثل: درنا، درنا، درنا، ونصلوت نصوت.

ت- مستوى الجمل أو الكتل: مثل تكرار الشكل وتكرار المضمون، جيت باش تآزروني، جيت باش تساندوني، وفي: جينا نستقيو الشجاعة، جينا نستقيو الشهامة... الخ، هذا بالنسبة لتكرار المضمون، أما بالنسبة لتكرار الشكل، فمثل الله تبارك وتعالى، الله تبارك وتعالى... الخ.

الشيء الذي حققته كل هذه التكرارات التي تحدثنا عنها والتي كانت موجود بشكل قوي ومتتنوع في الخطاب، هو أنها بعثت روح التفاعل والحماسة مع الخطيب ، حيث نلحظ بعد كل تكرار، مجموعة من التحايا والهتافات، والتصفيقات، ومن خلال مشاهدتنا لفيديو الخطاب رأينا أنه من الخطابات الأكثر انفعالا من طرف الجمهور، وقابلية وهذا بسبب الفاصل الذي يخلقه كل مرة الجمهور لتحية الرئيس بوتفليقة والتحاور معه خارج الخطاب، وهذا ما أدى إلى طول مدة الخطاب التي قاربت 32 دقيقة، ويرجع الدور الرئيسي في خلق كل هذه التفاعلات إلى التكرارات المتتالية المستمرة في نص الخطاب التي تعمد الخطيب إطلاقها بين الفينة والأخرى.

- استخدام التراكيب النحوية البسيطة.

- جاءت جميع لأفعال مبنية للمعلوم، وذلك لأنه أراد نسبة الأمور إليه هو كفاعل ، وهو القائم بجميع الانجازات مع إشراك الشعب فيها، فقد استخدم الضمير أنا، فعلت، افعل، سأفعل، هذا إن دل على شيء فإنما يدل على ثقة الخطيب العالية في نفسه، وفي الأشياء التي يجذب بها للشعب، والأمور التي هو قادر على أن يتحققها.
- وردت في الخطاب جمل ثانوية، كالتي ذكر فيها عيسى الجرموني كرمز من رموز الفن والغناء الأصيل، وأيضاً موضوع البحر والاستجمام، الذي كان عتاباً للشعب الجزائري عموماً، وقد شكلتا ظاهرة أثارت استغراب الجمهور.
- استعان الخطيب بأدوات عطف عادية وبسيطة مثل، الواو، الفاء، مثل "إذا نتمى من الله تبارك وتعالى..."، "وكانت البلاد محاصرة"، و"فكونوا كعادتكم".
- احتوى الخطاب على بعض الجمل الناقصة، والتي تسببت فيها مقاطعات الجمهور بالتصفيق والتهليل والهتفات... الخ، ومنها: "تحية مني ومنكم إلى...، لكنها كانت قليلة جداً، أما باقي الجمل فقد أتت كاملة ناقلة معناها التام، ويرجع ذلك إلى أن الخطيب قد اعتمد على أوراق فيها جميع النقاط التي سيتحدث عنها، هذا ما جعله لا ينساها بفعل التدخلات التي كانت تقاطعه من قبل الجمهور.
- الاسترسال في ذكر المتعلقات: كـ: "جيـت باـش تـتبـنـاويـ، جـيـت باـش تـسانـدوـنيـ، جـيـت باـش تـآزـروـنيـ، باـش تـداـفعـوا عـلـيـ"؛ وفي: "جيـنا نـسـتـقـيـوـ الشـهـامـةـ، جـيـنا نـسـتـقـيـوـ الشـجـاعـةـ، جـيـنا نـسـتـقـيـوـ الوـطـنـيـةـ، جـيـنا نـسـتـقـيـوـ الـوـفـاقـ" .

6-المستوى الصوتي:

1. النبر:

لقد وقع النبر على العديد من الجمل لإبراز المعاني والإيحاءات الأساسية فيها، ونقل هذه المعاني إلى الجمهور المتلقى، ويمكن أن نستخرج بعض الأمثلة على ذلك منها: "الناس فهموا باللي أنا مانيش رئيس راني مرشح"، فقد وقع النبر على الشطر الأخير من الكلمة "رئيس" الأخيرة "مرشح"، وذلك من خلال بذل جهد للضغط على خارج الحروف حتى يوضح المعنى للمتلقى بشكل جيد، ليبين بذلك المغزى الأساسي من الخطاب والمهدف الرئيس، وموضع الخطاب، وهذا من خلال الضغط على كلمة منافية، والتي هي "رئيس"، وعلى كلمة مؤكدة وهي "مرشح"، ومثل: "عاهدت ارجع الطمأنينة للجزائريين، أرجعت

الطمأنينة، أرجعتها هذه الطمانينة" والتي وقع فيها النبر على كل من الكلمات: "عاهدت، ارجع، أرجعتها، الطمانينة" للفت الانتباه إلى أهمية الموضوع والمعنى الأساسي له، وأيضا في: "كذلك بآني ارجع الجزائر إلى مكانها المعهود في الساحة الدولية ، وكانت البلاد محاصرة، من طرف الغرب الأوروبي بصفة خاصة، والغرب بصفة عامة." هذه الجملة التي وقع فيها النبر على الكلمات التالية: "محاصرة، خاصة، عامة" أيضا لتحديد المعنى الحقيقي، والدقيق للعبارة. فالجهد المبذول لنطق المفردات بشكل قوي هو واضح هنا، مثلا في كلمة "محاصرة": صحيح+صح+صح=محا+ص+رة، فقد وقع النبر على الجزء الذي تخته خط في الكلمة.

2) الوقفات:

وقد احترنا الجزء الأول من الخطاب حوالي ربع الخطاب فقط لتسجيل الوقفات فيه، ويرجع السبب في هذا إلى طول الخطاب، فيتعذر علينا تسجيل جميع الوقفات. (من الدقيقة 24 إلى 2 ثانية، إلى غاية الدقيقة الثامنة و 5 ثوانٍ).

بسم الله الرحمن الرحيم+درنا درنا + و إلى باتنة مر جع++جي نا نستقيو الشهامة+ جينا نستقيو الشجاعة+ جينا نستقيو الوطنية+جي نا نستقيو الوفاق+ تستغروا+نجي هنا+كرئيس+في كل +مرة+واحد يتقدملي برسالة++الآن + في كل الطريق كلها+ جاتني ثلاث رسائل++الناس فهموا باللي أنا مانيش رئيس راني مر شح+++ انه لمن الحظ+ ومن السعادة+ أن يتقي الإنسان+ بأشقائه في الجهاد+ في باتنة الاوراس+ يوم عيد النصر+ +قل ولا السلاح من هنا ولا البارود+ إلى أن وصلت بنا+والله اعلم + بأي طريق+لكن وصلت بنا إلى بر النجاح+والى النصر+ +نحن نحتفل + اليوم+ بعيد النصر+ ++فأتأثر بذلك+واني لو كنت اعرفه+ يبقى أحـب الناس إلـي+ + من عند الله+ +مـصطفى بن بو العيد+++ (تصـفـيقـ) جـنـدي أول نـوـفـمـبر 54+ +أـنـي اـشـعـرـ أـنـي في أـسـرـيـ وـعـائـلـيـ وأـهـلـيـ+ +أـنـي اـشـعـرـ بـيـنـكـمـ أـنـي في عـائـلـيـ أـهـلـيـ++، وـكـلـ وـاحـدـ منـكـمـ إـنـ لمـ يـكـنـ مجـاهـدـ فـهـوـ فيـ أـسـرـتـهـ + مجـاهـدـينـ اوـ شـهـداءـ++أـنـا اـعـرـفـ ذـلـكـ جـيـداـ+ فـتـحـيـةـ منـ خـالـلـكـ إـلـىـ جـمـيعـ الرـفـاقـ+ إـلـىـ جـمـيعـ الإـخـوـانـ+ إـلـىـ جـمـيعـ هـؤـلـاءـ+ الأـعـزـاءـ+، وـاـخـصـ بـالـذـكـرـ مـنـهـمـ + الأـخـ الـيـمـينـ زـرـوـالـ++ (تصـفـيقـ) اـخـصـهـ بـالـذـكـرـ لـأـنـهـ سـيـقـيـ فيـ هـذـهـ الـمـسـؤـلـيـةـ+ وـكـانـ الـأـيـامـ سـخـونـةـ كـثـيرـ+ وـكـانـ لهاـ بـالـمـرـصادـ+ وـكـانـ وـاقـفـ+ فـتـحـيـةـ مـرـةـ أـخـرىـ... .

تحية أخرى++ إلى جميع الذين عاشوا ثورة التحرير++ ووقفوا أثناء المحنـة الوطنية++ ودافعوا عن الجمهورية والنظام الجمهوري++ تصـفـيقـ وما بـدـلـواـ تـبـدـيـلاـ++، وما بـدـلـواـ تـبـدـيـلاـ++، كـيفـ لاـ أـفـكـرـ فيـ هـؤـلـاءـ+ وـأـنـاـ فيـ المـرـةـ الـأـخـيـرـةـ الـتـيـ مـرـتـ عـلـيـكـمـ++ كـنـتـ++ منـ+ نـصـيبـ الشـهـداءـ++ وـالـلـهـ تـبـارـكـ وـتـعـالـىـ لـمـ يـرـدـ+ لـمـ يـرـدـ ذـكـرـ+ (تصـفـيقـ)، فـتـحـيـةـ إـكـبـارـ وـإـجـالـلـ إـلـىـ أـرـوـاحـ الـذـينـ سـقطـواـ فيـ ذـلـكـ الـيـومـ+ وـالـلـهـ كـلـ الـذـينـ

سقطوا من أجل الجمهورية+++(تصفيق)+، وإننا بالنسبة للمأساة الوطنية +مهما صعبت الأشياء+ سنكون حريصين+ سنكون أوفياء لما اتفقنا عليه +في ميثاق الصلح +، والمصالحة الوطنية+لابد أن نتكلم شيئاً ما إلى هذا الموضوع+، لأن هذه البلاد++، وكل الاوراس+ تأثرت إلى حد بعيد+ بهذه المأساة الوطنية +، وعرفت شيئاً منها +، وربما لازالت+ هناك بعض التغيرات ++، لابد أن نقف بالنسبة لهذا الموضوع++ ، لأن بالأمن+ تبني الأشياء++، وبـ+العنف+ تخدم الأشياء(تكرار الجملة)+++تصفيق+، الشعب الجزائري جرب العنف+، وبعد تجربة مريرة +وصل إلى خلاصة + انه لابد من +المصالحة الوطنية+لابد من المصالحة الوطنية+++لابد من المصالحة الوطنية.

الأمور الذي نلاحظه في هذا الخطاب هي:

1- طول الوقفات بين الكلمات ، فقد تتجاوز الوقفة القصيرة بين الكلمة ونظريتها الثانية، في حين الوقفة الطويلة الناتجة عن صمت الخطيب قد تتجاوز 20 ثانية، وهذا ما اشرنا إليه بالعلامة(++++)، في حين اشرنا إلى الوقفة القصيرة بالعلامة(+).

ويمكن إرجاع السبب في طول الوقفات، إلى :رغبة أو تعمد الخطيب في إثارة انتباه الجمهور، وشد انتباذه إلى الأفكار ذات الأهمية في الخطاب والتي لها وقع جيد وایجابي في نفوس وأذهان المستمعين، كما ترجع الوقفات ذات الطول الكبير والتي أتت بعد تكرار العبارات الأخيرة في الجمل، إلى التصفيق الذي أفرزته هذه التكرارات حيث دفعت الجمهور إلى التصفيق على المرشح مما جعل بدوره الوقفات تطول.وبعد التصفيق بالطبع سيكون الذهن مهيأ إلى سماع الآتي .

2- توقف المتكلم لأسباب خارجية:والتي هي في بعض الأحيان تصفيقات الجمهور ، وفي بعض الأحيان هتافهم، وأحياناً أخرى حواراهم ومطالبتهم بأشياء للمرشح، مما يجعل المرشح للتوقف عن الكلام من أجل سمعاهم جيدا مثل: "انتم اللي يجي ليكم تساندون++ وأكثر من الي تساندوه+ نتوم تعملوا الحملة++(هتافات) انا ما غلطتش لما قلت درت درت ورجعت للأوراس...." ، ومثلا في :" والى كل الذين سقطوا من أجل الجمهورية+++(تصفيق)....".

3- توقف الخطيب عند رؤوس المعاني والكلمات:وهذا لتوكيدها ومن أجل سمعها بشكل اوضح مثل: " وبـ+العنف+ تخدم الأشياء" ، وفي: " تستغروا+نجي هنا+كرئيس+في كل

+ متة+ واحد يتقدملي برسالة++الآن + في كل الطريق كلها+جاتني ثلاث رسائل++الناس

فهموا باللي أنا مانيش رئيس راني مرشح

. نلاحظ ان الخطيب في ما سبق ، أو ما اشرنا إليه(ما تخته خط) يتوقف لمدة تزيد عن الثانية أو الثانية، ثم يواصل الحديث ، وهذا من اجل لفت انتباه الجمهور المتلقى إلى سماع العبارة بشكل جيد وواضح، وهذا لتحقيق الغرض منها أو الأثر المناسب.

4- نلاحظ أن الخطيب قد أشار إلى انتهاء الوقفات الأخيرة للعبارات من خلال انخفاض طبقة الصوت، مثل: "أنا +عندی +دار + السي مصطفى بن بو العيد +هي بيتي++، تعالا فيهم↓."، وقد ارتاد الخطيب انخفض الصوت لكي يبين للجمهور انه سيتوقف تماماً عن الكلام، لأنه كان يحافظ على طبقة صوت معينة(الطبقة المتوسطة) المناسبة للسرد والإلقاء، إلا في بعض الحالات أثناء التأكيد على فكرة معينة حيث نلاحظه يرفع طبقة الصوت إلى الأعلى(الطبقة العليا)، وقد اشرنا إلى انخفاض الصوت بالعلامة(↓). في حين إذا اخذ الصوت في الارتفاع فسنشير إليه بالعلامة(↑).

3) طبقة الصوت:

يمكن ملاحظة ما يلي على طبقات الصوت في هذا الخطاب(خطاب باتنة التسويقي للحملة الانتخابية لرئيسيات 2009 والخاص بالرئيس والمرشح عبد العزيز بوتفليقة):

- معظم الجمل التي تالف منها خطاب باتنة هي عبارة عن جمل إخبارية(خبرية)، وهذا لا يعني عدم وجود بعض الجمل الإنسانية حتى وإن كانت قليلة جداً في الخطاب إلا أنه لا يمكن إهمالها، أو تغييرها، كالنداء في : " يا سي محمد الشريف أنا عندی دار السي مصطفى بن بو العيد هي بيتي" ، والاستفهام غير الحقيقي في قوله: "من أذن لك أن تسامح؟"... والتخميني في: "ياربي يوم واحد ننامو من دون مهدئات ولا من دون مسكنات ولا من دون منوم" ، وبالإضافة إلى النفي الذي تواجد بشكل كبير في الخطاب.

وقد وظف الخطيب طبقة الصوت المتوسطة في خطابه هذا/2/ في معظم عباراته، إلا في حالات خاصة، وفي مواضعها المناسبة التي تحتاج فيها إلى رفع مستوى الصوت أو انخفاضه، كطبقة

الصوت المرتفع /4/ في العبارات التي بدا بها خطابه، مثل: "جينا نستقيو الشهامة ↑/4/، جينا نستقيو الشجاعة ↑/4/، جينا نستقيو الوطنية ↑/4/... الخ" وفي "نخدمو ↑/4/، نخدمو يا جماعة ↑/4/.". وأيضا في: "دافعوا عن الجمهورية والنظام الجمهوري ↑/4/، وما بدلوا تبديلا ↓/2/، وما بدلوا تبديلا ↓/2/."، هذا المثال الأخير الذي نلاحظ فيه استخدام الطبقة المرتفعة /4/ في الجزء الأول من العبارة، إلا أن الخطيب تراجع في آخر الجملة واستخدم طبقة الصوت المتوسطة أو العادية /2/. وهذا لترك وقع جيد للحديث في نفوس المستمعين، و توكيد العبارات ذات الأهمية العالية برفع طبقة صوتها.

- استخدم الخطيب الطبقة المنخفضة /1/، أو المستوى المابط في بعض الجمل، وخاصة في بداية ونهاية بعض الجمل، أما في بداية الجمل فالغرض منها تبيان الجزء الأتي الهام الذي رفع فيه مستوى الصوت، ليلاحظ المستمع الفرق ويشد انتباذه. وفيما يخص خفض طبقة الصوت في نهاية العبارات، فالغرض منها إشعار المخاطب بنهاية العبارة أو الفكرة، والانتقال إلى أخرى ، وهذا ما يثير انتباذه أيضا إلى ما هو آت من خطاب. ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال المثال التالي: "تحية أخرى إلى جميع الذين عاشوا ثورة التحرير ↓/2/، ووقفوا أثناء المحن الوطنية ↓/2/، دافعوا عن الجمهورية والنظام الجمهوري ↑/4/، وما بدلوا تبديلا، وما بدلوا تبديلا ↓/1/، ففي هذا المثال نلاحظ أن الخطيب بنبرة الصوت المتوسطة، ثم مباشرة انتقل إلى طبقة الصوت المرتفعة (مستوى الصوت الأعلى)، ولم يراعي التدرج في طبقة الصوت، أي انه لم يوظف طبقة الصوت العليا /3/، ثم يرجع إلى طبقة أخرى في الأخير والتي أنهى بها العبارة، وهي طبقة الصوت المنخفضة تماما /1/ و الأمثلة كثيرة في الخطاب وفي جميع ثناياه.

ويمكن إرجاع التذبذب المستمر في طبقات الصوت إلى محاولة الخطيب التركيز على بعض الأمور الذي يرى أنها مهمة وتعود عليه بالفائدة فيما يخص هدفه من الخطاب، وتأكيدها ولفت انتباه المستمع إليها. وجعل الجمهور دائماً مهياً لسماعه. وأيضا للإشارة إلى نهاية فكرة وبداية فكرة أخرى.

(4) معدل السرعة في الأداء:

الشيء الذي يمكن ملاحظته هو التذبذب في الأداء، فتحن بحد الخطيب يسرع في بعض الحالات أو بعض العبارات، في حين في البعض الآخر يكون بطيء نوعاً ما في أدائه، وهذا ما أشرنا إليه في الوقفات بالعلامة (+)، فإذا كانت موجودة فالخطيب هنا بطيء في آدائه، أما أن لم تكن موجودة فطريقة الأداء سريعة، وإن وجدت بكثرة مثلاً (+++ +++)، فالخطيب هنا توقف لبرهة من الزمن عن الحديث لسبب ما.

5) الإيقاع:

استخدم الخطيب الإيقاع في نطاق واسع، وأبرزه هنا التكرار في: "نخدموا نخدموا يا جماعة"، وفي "لابد من المصالحة الوطنية، لابد من المصالحة الوطنية، لابد من المصالحة الوطنية"، وأيضاً في "وكانت البلاد محاصرة، وكانت البلاد محاصرة"، وخاصة في أول الخطاب: "جيـنا نستقيـوا الشـهـامـةـ، جـيـنا نـسـتـقـيـوا الشـجـاعـةـ، جـيـنا نـسـتـقـيـوا الـوطـنـيـةـ، جـيـنا نـسـتـقـيـوا الـوـفـاقـ" ، وكما في: "حتى نعلم بأنكم من المجاهدين والصابرين، لقد علم أننا من المجاهدين والصابرين، وكتتم من المجاهدين والصابرين". وهذا التكرار أمر متعمد من الخطيب ، حتى يكون الخطاب أكثر حيوية ، ويجعل مستمعيه أيضاً أكثر حيوية.

7- المستوى المرئي (التمثيلي):

أولاً: العوامل أو السمات العامة

المؤشرات	القائم بالاتصال
الجنس	X ذكر انشى
السن	من (3525) من (4535) من (5545)
الحالة العائلية	X 55 فما فوق
المنصب	غير معروف متوسط

X	عالي عالي جدا متقاعد بطال	
	متدني متوسط عالي عالي جدا	المستوى الثقافي

ثانياً: العوامل الاجتماعية:

المؤشر	القائم بالاتصال (عبد العزيز بوتفليقة)
الذكاء الاجتماعي	حسن عادي جيد
التعاون	X واضح في الخطاب غير واضح في الخطاب
التضامن	X بارزة سماته غير بارزة سماته
التكافل	X موجود من خلال الكلام غير موجود

يبدو من خلال الجدول أعلاه، ومن مضمون الخطاب أن نسبة الذكاء الاجتماعي جيدة أو عالية، وقد استخلص الخطيب هذا من تجربته الكبيرة في مجال عمله التي تزيد عن 40 سنة، ويمكن الاستدلال من خلال القدرة على مخاطبة جميع فئات المجتمع وجميع مستوياتهم.

كما أن الصفات أو العوامل الاجتماعية الأخرى كالتعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي، قد كان لها اثر هنا في الخطاب وتمكننا من الاستدلال عليها فيه، فهذه الأمور هي واضحة و لو بكمية قليلة من خلال العبارات: "جيـت باش تسانـدوـني، جـيت باش تـازـروـني، جـيت باش تـادـافـعواـ عـلـيـ .، وـفـيـ كلـمـةـ "بـنـيـوـهـاـ" ذـلـكـ أـنـ الخطـابـ الغـرـضـ مـنـهـ دـفـعـ الجـمـاهـيرـ إـلـىـ المـشـارـكـةـ الـاـنتـخـابـيـةـ، وـالـتـصـوـيـتـ، وـالـشـيـءـ الـذـيـ يـمـكـنـ تـسـجـيلـهـ هوـ الدـعـوـةـ بـصـيـغـةـ الـجـمـعـ إـلـىـ التـصـوـيـتـ وـخـدـمـةـ الـوـطـنـ. لـكـنـ لـيـسـ هـنـاكـ رـمـوزـ تـمـثـيلـيـةـ عـلـىـ كـلـ هـذـهـ الـعـوـاـمـلـ الـاجـتمـاعـيـةـ.

ثالثاً: العوامل النفسية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
الانطواء	منظـوـ منـبـسطـ
الانفعال(ضبط الفرد لانفعالاته)	X ضـابـطـ لـانـفـعـالـاتـهـ X غـيرـ ضـابـطـ لـانـفـعـالـاتـهـ
المزاج	جيـدـ مـتـقلـبـ سـيـئـ
اتجـاهـ الفـردـ اـزـاءـ ذاتـهـ	X ايـجـابـيـ سـلـبـيـ
اتجـاهـ الفـردـ تـجـاهـ الجـمـهـورـ	X ايـجـابـيـ سـلـبـيـ
إدراك الفـردـ لـذـاتـهـ: الثـقـةـ بـالـنـفـسـ	X ثـقـةـ كـبـيرـةـ مرـتـبـكـ غـيرـ وـاثـقـ
إدراك الفـردـ لـذـاتـهـ: الشـخـصـيـةـ	X قـوـيـةـ ضـعـيفـةـ
الإدراك الموضوعي المعمق: الحـيـادـ	X ايـجـابـيـ سـلـبـيـ

X	موجود في الخطاب	الإدراك الموضوعي المعمق(التحليل الصحيح للأمور)
	غير موجود	
X	الفرح	الإحساس بمشاعر الآخر
X	الحزن	

يبدو العامل الأول (الانبساط) جد واضحًا في الخطاب والذي سجله الجدول أعلاه، وهذا من خلال طريقة وقوف الخطيب، وعدم اعتماده على نص الخطاب بشكل كامل، وأيضاً الارتجالية في الإلقاء، وتحولاته على الركح، من خلال استقبال المواطنين.

وبالنسبة لعامل الانفعال، يبدو الخطيب مرات انفعالياً مثلاً في رفعه لطبقة الصوت في العبارة "...نخدموا، نخدموا يا جماعة..."، وفي مرات أخرى ضابطاً ومتحكماً في انفعالاته، ذلك أنه مجرد أنه ينتبه إلى مزاجه بأنه قد انقلب مباشرةً يرجع تدارك نفسه والابتسامة، والانتقال إلى مواضع أخرى مخالفة، وتوظيف النكتة والدعابة، ففي المثال الذي ذكرناه، ذكر قبله موضوع عيسى الجرموني كمثال طريف، تداركاً منه لمعاتبة الشعب الجزائري بشدة وبانفعال. وإذا تحدثنا عن الانفعال يذهب بنا الحديث مباشرةً عن المزاج الذي يبدو من خلال ما ذكرناه أنه متقلب، فهو مرات مبتسم وأخرى صارم، ومرات أخرى أيضاً غاضب... الخ.

وقد لاحظنا من خلال مشاهدتنا للخطاب وكما هو مسجل في الجدول أعلاه أن اتجاه الفرد نحو ذاته إيجابية كما هي إيجابية نحو الجمهور الذي وجه له هذا الخطاب، وهذا من خلال استعماله لـ "أنا" المتalking، وـ "نحن" وأيضاً انتـم، وهذا لتبـيان الدور الذي يلعبـه في عملية تسيير الجزائـر وتطـويرها وخدمـة مصالـحـها، وأيضاً لإـشـراكـ الجمهورـ وإـشعـارـهـ بالـفائـدةـ والـدورـ الـايـجابـيـ والـفعـالـ الـذـيـ قـدـمهـ ويـقدمـهـ، وسيـقدمـهـ الشـعـبـ، فيـ حـالـةـ ماـ إـذـاـ قـامـ بوـاجـبـهـ الـانتـخـابـيـ وحسنـ اختيارـ المـمـثـلـ الأـفـضـلـ والـقـائـدـ الجـيدـ للـبلـادـ، والـذـيـ هوـ السـيـدـ الرـئـيـسـ عبدـ العـزيـزـ بوـتفـليـقةـ، كـماـ تـبـدوـ ثـقـتهـ بـنـفـسـهـ كـبـيرـةـ نـظـراـ لـطـرـيقـةـ الـتـيـ يـتـحدـثـ بـهـ، وأـيـضاـ لـاستـخدـامـ صـيـغـةـ أـنـاـ المـتـكلـمـ فيـ الـحـدـيـثـ، وأـيـضاـ منـ خـالـلـ طـرـيقـةـ الـوقـوفـ الـمـنـتصـبـ، ورفعـ الرـأسـ أـثـنـاءـ الـحـدـيـثـ، الـارـجـاليـةـ فيـ الـحـدـيـثـ وـالـإـلـقـاءـ، الـانـبـاطـ منـ خـالـلـ حرـيـةـ تحـريكـ الـيـدـيـنـ وـ حـرـكـيـةـ الـيـدـيـنـ الـمـعـرـبةـ، التـحـركـ عـلـىـ الرـكـحـ بـكـلـ ثـقـةـ، الـابـتسـامـةـ الـتـيـ خـيـمـتـ عـلـىـ الـكـثـيرـ مـنـ لـحظـاتـ الـخـطـابـ... الخـ. ومنـ خـالـلـ هـذـاـ كـلـهـ تـبـدوـ الشـخـصـيـةـ قـوـيـةـ أـيـضاـ.

ونلمسـ الـحـيـادـ منـ خـالـلـ عـرـضـ الـأـفـكـارـ وـالـمـوـاضـيـعـ الـوـقـوفـ بـيـنـ الـفـكـرـتـيـنـ الـمـنـاقـضـتـيـنـ، كـ "لاـهـيـ مـلـكـ لـلـإـسـتـأـصـالـيـنـ وـلـاـ هـيـ مـلـكـ لـلـذـيـنـ يـغـالـونـ فـيـ الـإـسـلـامـ"، أـمـاـ التـحـلـيلـ الـمـعـمـقـ لـلـمـوـاضـيـعـ وـالـأـمـورـ فـيـ بـيـدـوـ الـخـطـيبـ منـ خـالـلـ مـاـ شـاهـدـنـاهـ اـنـهـ مـدـرـكـاـ لـمـاـ يـدـورـ حـولـهـ مـنـ أـمـورـ، وـهـذـاـ نـابـعاـ مـنـ تـجـربـتـهـ الـكـبـيرـةـ بـالـحـيـاةـ

بسبب عمره، وأيضا نتيجة لعلاقاته المختلفة بحكم عمله، ومستواه الثقافي، أما بالنسبة لشعوره بالآخرين فتبدو في الخطاب من خلال الابتسامة في المواقف السعيدة والفرحة، وملامح التعasse والحزن في أوقات الحديث عن ماسي الجزائر والشعب الجزائري ، مثلا في حديثه عن ماسي الإرهاب والثورة، ومشاعر الابتهاج والفرح في حديثه عن تطور الجزائر والانجازات التي حققتها... الخ.

وفي العموم ما يمكن قوله عن هذا العامل أو المستوى النفسي فقد اتسم الخطيب بارتياحه النفسي وقد جرى الخطاب في جو نفسي عادي، هذا من خلال مؤشرات عديدة كالابتسامة التي لم تفارق وجه الخطيب، وهتافات الجمّهور الذي كان متراحم بدوره نفسياً ومتقبلاً للمُرشح، وأيضاً التفاعل الذي كان من الطرفين الجمّهور والخطيب.

رابعاً: العوامل العقلية:

المؤشرات	
الذكاء	
X	عالٍ
	جيد
	متوسط
	محدد
	ضعيف
قدرات خاصة	
X	التعبير الجيد
	اجادة الشعر
	الموسيقى
	الرياضية
	القدرة على التركيز
	القدرة على التكيف
X	الدقة
الاستخدام الجيد للغة: المعاني المتعددة للكلمات	
X	معاني الكلمات
	المترادفات والمتضادات
X	وراء التورية(ما الكلام)

X	لغة موجهة للرجال	الاستخدام الجيد للغة: مراعاة لغة الجمهور المخاطب
X	لغة موجهة للنساء	
	لغة موجهة للأطفال	
	واضحة في محتوى X الخطاب	الاستخدام الصحيح للغة: مراعاة خبرات وتجارب المستمعين
	غير واضحة في نص الخطاب	

يتضح الذكاء لدى شخصية الخطيب من حسن تقمص الأدوار، وعيش الوضع كأنما هو واقع حقاً وكأنما هو يشعر بذلك، مثل مواقف الحزن والأسى ومواقف الفرح والسعادة، وأيضاً المزاج المتقلب يوضح لنا مدى ذكاء الخطيب، حيث نلحظه ينتقل من وضع نفسي إلى آخر، ومن موقف الحزن إلى موقف السعادة في سرعة كبيرة الأمر الذي يجعلنا نشعر كأنه ليس الشخص ذاته الذي كان قبل قليل، وأيضاً في تغيير المواضيع ، والانتقال من فكرة لأخرى مخالفة لها تماما.

وإذا أتينا لدراسة القدرات الخاصة للخطيب نلاحظ أن ما نقله لنا الخطاب هما أمرين اثنين: التعبير الجيد عن المواضيع والأفكار، وتوظيف الإشارات والحركات المعبرة عنها، من حركة اليدين والعينين وطريقة الوقوف والرأس... الخ، والدقة في اختيار الألفاظ الموجبة، والأفكار المعبرة، والمواضيع المؤثرة، ودقة الحركات المساعدة على التأثير ونقل المعاني.

وقد تميز الخطاب باستخدام المعاني المتعددة للكلمات، وأيضاً استخدام التورية أي ما وراء الكلام، وهذا كله كان بطريقة مخطط لها مسبقاً ومقصودة، ونلمس تعدد المعاني في: "...، أما فيما يخص التورية، فنستطيع الاستدلال عليها عن طريق العبارة، وعن طريق العبارات الدينية ونظرات العين، وأيضاً الابتسامة التي تصاحب العبارات، كـ"انا مولوع بعيسي الجرموني مثلكم"، وعبارة "انت من مكة وأدرى بشعابها"، نلاحظ انه يعطي إشارة بأنه يقصد معنى معين من وراء العبارة من خلال نظرات العينين، والابتسامة أو السخط والغضب.

وفي المقابل تميز الخطاب بمراعاة لغة الجمهور حيث مزج بين اللغتين الفصحى والعامية الجزائرية، حتى يفهم كافة شرائح المجتمع ، وكل المستمعين الحاضرين في القاعة الذين أتوا لسماع خطاب الرئيس المرشح، وقد غلت اللغة الدارجة على الخطاب أكثر من الفصحى.

وباعتبار الخطيب هنا في ولاية تضم أكبر قدر من المجاهدين والشهداء والعائلات الثورية ، نلاحظ انه قد راعى هذا الأمر، فقد أقدم على الحديث بإسهاب واسترسال عن الثورة وعن مدح أهل

المنطقة بهذه الصفة، وأيضاً عن وعن أهم رمز وقطب من أقطابها والذي ينتمي إلى هذه المنطقة. كما تحدث عن الحقائق التي عاشهما الشعب عامه، وعب باتنة خاصة، وعن الحادث الذي وقع له فيها... الخ.

خامساً: الأسلوبات الاتصالية غير اللفظية:

القائم بالاتصال	المؤشرات
طولية(1,75) م(1,95) متوسطة(1,74-1,55) م(1,55) قصيرة(أقل من X	المظهر: القامة
رسمي (كلاسيك) غير رسمي (معاصر أو شبابي) ديني	المظهر: اللباس
حادة جدية مناسبة	نبرة الصوت
قوي مناسب ضعيف	حجم الصوت
متصب على القدمين مرتكز على قدم واحدة مائل على اليدين مائل على اليدين	وضع الوقوف

	جلسة انقباض	الجلسة
	جلسة امتداد	
	جلسة اقتراح (مشاركة)	
	جلسة استناد	
X	جامدة	نظارات العين: حركة العين
X	كثيرة الحركة	
X	مباشرة	
	فارغة	نظارات العين: تعبيرات العين
	متتبعة	
X	شديدة القوة	
X	إلى الأرض	نظارات العين: اتجاه النظرة
	إلى شيء مكتوب	
	إلى السماء	
X	إلى	
	الجمهور(المستمعون	
	أو المشاهدون)	
	بطني	التنفس
	صدرى	
	مستوى شخصي	
X	ضاحكة	الابتسامة
	ساخرة	
X	احترام	
X	تحدي	
X	ذهاباً وإياباً	كيفية التحرك
	متجول	

فوضوي	
X ناقلة لرسالة دالة على إعادة معلومات	الحركات والإيماءات
X تقوي النقاش	
X تترجم افعال تدل على حالات داخلية	
X للفرحة للدهشة	تعبيرات الوجه
X للغضب للحروف للكآبة للقلق للرعب	
X للرضا	
X للاهتمام	
X مبادر بالتحية متاخر رفض	البدء بالتحية

يبدو الخطيب قصير القامة، يرتدي لباس كلاسيكي رسمي (بدلة رمادية اللون)، مع قميص أبيض، وربطة عنق زرقاء، باعتباره بصدق مقابلة الجمهور في خطاب موعد رسمي.

وقد امترجت بين الحادة والجديدة في بعض المواقف، وقد خيمت أو سيطرت نبرة الصوت المناسبة على الخطاب، كما لاحظنا أن حجم الصوت مناسب على العموم، لكن هذا لم يمنع من بعض التجاوزات في حجم الصوت حيث سجل الخطاب ارتفاع حجم الصوت في موقف وانفاسه في موقف آخر. وهذا لغرض إضفاء الحيوية والتفاعل بين الخطيب والجمهور، وأيضاً تعتبر هذه ظاهر طبيعية خاصة

باعتبار وجود الارتجالية في الخطاب، فالخطيب هنا يبدع في مخاطبة جمهوره وبالتالي لا يستطيع المحافظة على نمط معين من حجم الصوت.

وقد بقي الخطيب محافظاً على طريقة الوقوف طول مدة إلقائه للخطاب، وهي أنه وقف منتصباً، بغض النظر عن التحركات التي فعلها الثناء استقباله للسيدتين اللتين استقبلهما على الركح الذي كان يقف عليه، وتحاور معهما. وهي طريقة فيها احترام كبير لجمهوره.

وقد اتسمت نظرات العين أولاً بكثرة الحركة بحكم العدد الكبير للجمهور المتواجد في القاعة والذي وجّب عليه إعطاءه حقه من الاهتمام، وهذا أمر لم يهمله الخطيب، كما أن في القاعة كاميرات تصوير وجب عليه أيضاً النظر إليها، لأن الخطاب موجه بالدرجة الأولى إلى الحاضرين في القاعة ثم إلى أهل باتنة ، ثم بالدرجة الثالثة إلى جميع مواطني وشعب الجزائر، كما أن الحركة الكثيرة تولد التفاعل مع الخطاب والجمهور، وقد تميزت حركة العين في بعض الأوقات بأنها مباشرة خاصة في الأوقات التي كان فيها الخطيب جاداً، مثل دعوته للشعب إلى العمل، والشيء الآخر الذي لاحظناه أثناء مشاهدتنا للخطاب أيضاً عن نظرات العين وتعبيراتها أنها قوية ، إن لم نقل شديدة القوة في التعبير عن حالة وشعور الخطيب، ونقصد بشعور وحالته، أنها كانت قوية التعبير عن مشاعر الفرح ، والحزن والأسى، وموحية بالصرامة والجدية التي بينها الخطيب في بعض المواقف. والإعجاب كالمقطع الذي قدمته السيدة مادحة له فيه، والثقة بالنفس أيضاً. وقد اختلطت اتجاهات نظرات العين بين اتجاهها إلى الجمهور في أغلب الأحيان، وفي البعض الأخرى إلى شيء مكتوب، في حالات خاصة إلى السيدتين اللتين صعدتا إلى الركح، وقليلة منها تجاه الكاميرات.

وقد ظهرت الابتسامة لدى الخطيب في كثير من الحالات ضاحكة، تعبيراً عن سعادته في لقاء الجمهور، لكن هذا لم يمنع من تسجيلنا لابتسامة الإحرام، وابتسامة التحدي خاصة عندما يتحدث عن مواجهة الصعاب التي فاتت والتي ستأتي.

لاحظنا في هذا الخطاب أن الخطيب تحرك مرتين من مكانه الأساسي ، وكلا المرتين كانت لإيصال المواطنتين اللتين أتيا إلى التحاور مع الخطيب، وقد تولى الخطيب إيصالهما إلى ممر ومدرج النزول، وأيضاً استقبالهما.

وقد أتت الحركات والإيماءات ناقلة لرسالة، مقوية للنقاش، مترجمة لانفعالات الخطيب، وقد استطعنا تسجيل هذه النقاط من خلال العديد من المشاهد والإشارات، فبالنسبة للنقطة الأولى والتي هي أن الحركات جاءت ناقلة لرسالة فيمكن الاستدلال عليها من خلال ، أما فيما يخص تقويتها للنقاش

فهذا أمر عادي ، نجده عند جميع الناس ، حيث انه لم يستطع اللسان أن يوصله يمكن للأطراف الأخرى أو الحواس ان تقوم بفعله، وقد وجد توظيف الحركات الخاصة باليدين والعينين وملامح الوجه بكثرة في هذا الخطاب، وقد يرجع الأمر أو السبب إلى أن الخطيب أراد أن يصل إلى نفوس وأذهان مستويات تفكير الجمهور بشتى الطرق، وذلك لرغبته في تحقيق عملية الإقناع، ويدووا هذا الأمر واضحا في، وأخيرا فيما يتعلق بترجمة الحركات والإيماءات لانفعالات الخطيب، فقد سجلت ملاحظاتنا أيضا العديد من الانفعالات التي ترجمتها لنا حركات الخطيب، كالانبساط في الجسم المصاحب للفرح عند تحية الجمهور له بشدة، وأيضا تغير ملامح الوجه كاتساع العينين وحدقهما، و ذلك أثناء الغضب، كما لاحظنا ملامح الحزن والأسى في وجه الخطيب وهذا في حدیثه عن حالة الجزائر و شعبها إبان الثورة والإرهاب.

وبهذا فقد كان الوجه معبرا عن الفرحة، و الغضب، والرضا، والاهتمام، فإذا تحدثنا عن الفرحة، فقد بدا الخطيب سعيدا فرحا في كثير من الأحيان، وهذا ما نقلته لنا تعبيارات وجهه انطلاقا من الابتسامة المرسومة على محياه، والتي لم تفارقه إلا قليلا، كما عبرت ملامح وجهه على الغضب في بعض الأوقات، خاصة عند الحديث عن ماسي الجزائر، وأيضا عبرت ملامح وجه الخطيب عن الرضا في الكثير من المواقف الخطابية، خاصة عند تدخل الشعب(الجمهور) محيا ومؤيدا، وقد بدا الخطيب مهتما وهذا ما عبر عنه وجهه، خاصة من خلال محاولة سماع ما يقوله الحاضرين.

وقد بدا الخطيب حدیثه بتحية الجمهور، ملوبا لهم بيده ثم وضعها على قلبه، وهذا في بداية الخطاب، وثم حياهم لفظيا.

سادسا: العوامل(الأساليب) التقنية:

المؤشرات	القائم بالإتصال
زوايا التصوير	زاوية أمامية زاوية خلفية زاوية علوية زاوية سفلية
	X زاوية جانبية
ثبت وحركة الكاميرا	X ثابتة

X	متحركة قليلة الحركة كثيرة الحركة	
X	نحو الخطيب نحو الجمهور مزدوجة نحو شيء آخر	اتجاه الكاميرا
X	زاوية غطسية زاوية ضد غطسية	مستويات التصوير

لقد استخدمت عدة زوايا في هذا الخطاب منها الزاوية الإمامية المقابلة مباشرة للرئيس بوتفليقية والتي تزامنت مع معظم أو أكثرت على ظروف الخطاب، وقد سيطرت لنقل ورصد جميع حركات وتحركات الخطيب باعتباره مركز الحديث والحضور الرئيسي فيه، لكن هذا لم يمنع من تنوع ، أو تسجيل بعض زوايا التصوير الأخيرة والتي بدت من خلال مشاهدة الخطاب، حيث وجدنا الزاوية التعظيمية، والتي تمثل في تصوير الرئيس بوتفليقية من الأسفل وحتى الأعلى للإعلان من شأنه ومكانته، كما كانت هناك الزاوية الجانبية، و التي رصدت خاصة جزء من الجمهور أثناء هتافاته باسم الرئيس بوتفليقية، وتصفيقا له، ولقد كانت هناك زاوية شاملة أو كلية من خلال تحريك الكاميرا لترصد جميع زوايا القاعة، وهذا لتبيين حجم الجمهور الحاضر، وأيضا لنقل الشعارات أو الرسائل الألسنية التي يحملها بعض الأشخاص، وتبيين مدى حب الشعب للخطيب.

بدت الكاميرا على خلاف الخطاب السابق أكثر حركة وحيوية، قد يرجع هذا إلى حجم الجمهور، وأيضا إلى حجم القاعة الذي يسمح بالتنقل ، ويسهل عملية التصوير، كما قد يرجع السبب إلى تفاعل الجمهور مع الخطيب بين الفينة والأخرى، الأمر الذي يحتم إلى نقل الواقع والانفعالات. وبذلك تنشط الكاميرا أكثر، ولكن الكاميرا كانت أيضا في الكثير من الأوقات ثابتة على جهة واحدة، وهي المقابلة إلى الرئيس بوتفليقية، وهذا أمر بدائي فهو مركز الكلام هنا ، ولا بد أن تتجه الكاميرا نحوه لتنقل ما يقول.

لاحظنا من خلال مشاهدتنا للخطاب أن مستوى الكاميرا كان متوجهها بزاوية غطسية والهدف وراء ذلك هو تعظيم شخص الخطيب والاعتزاء من شأنه عكس ما تحمله الزاوية الغطسية التي الهدف من ورائها هو تصغير الشخص والإضعاف من شأنه .

لقد تركزت الكاميرا تجاه الخطيب والجمهور، ولكن اتجاهها نحو الخطيب كان جد مسيطر، على عكسه نحو الجمهور، حيث لاحظنا أنها اتجهت مرتين أو ثلاث فقط. وهذا ما يجعل المشاهد يتأثر بدرجة كبيرة بالأمور التي تركز عليها أو تصوب نحوها عدسة الكاميرا.

خاتمة

من خلال تحليلنا لخطابات الرئيس "بوتفليقة" سيميولوجيا ، وأيضا من خلال دراستنا النظرية ، توصلنا إلى النتائج التالية:

1 النتائج في ضوء التساؤل الرئيسي:

1. تلعب وسائل الإعلام المائي دوراً كبيراً وفعلاً في التأثير على المشاركة السياسية لدى الأفراد خاصة "الانتخاب" الذي هو الشكلالأوضح لها في نظر الجميع، والأكثر ممارسة من طرف المواطن العادي، ولقد تم التوصل من خلال ما درسناه إلى أن الإعلام المائي خاصة التلفزيون يمكنه التأثير بصفة مباشرة على الجمهور ، أو الأفراد وذلك يجعلهم يغيرون وجهات نظرهم من خلال عملية الإقناع.

2. تلعب وسائل الإعلام عامة والتلفزيون كوسيلة إعلام مرئية خاصة دوراً بالغ الأهمية في تقرب السياسيّة من الفرد، وجعل الفرد مشاركاً فعالاً في العملية السياسية، وهذا من خلال عرض ، أو بث المعلومات والمواضيع السياسية التي تهم الفرد صوتاً وصورة ، الأمر الذي يجعل هذا الأخير لا يجد مفراً منها ، نظراً لثبوتها على ارض الواقع، فعلى رأي كونفوشيوس: "الصورة أصدق من ألف كلمة". إذا فالتلفزيون هنا نقل الواقع للمواطن.

3. يستطيع التلفزيون من بين أجهزة ، أو وسائل الإعلام المائي ، التأثير بشكل فعال و واسع ودقيق على الفرد فيما يخص مشاركته السياسية، وإقناعه بتغيير اتجاهاته أو دعمها، من خلال عدة استراتيجيات وأساليب، تم التوصل إليها، من خلال ما ذكره علماء النفس ، والاجتماع ، والسياسة ، الذين تم التطرق لهم في الإطار النظري للدراسة، ومن خلال ارتباطه بالتكنولوجيا بشكل مباشر، وإعادة تركيبه للواقع في مشاهد مفبركة، وأخرى حقيقة، وأيضاً من خلال الإطار التطبيقي ، الذي تناولنا فيه الخطابات السياسية للرئيس "بوتفليقة" خلال حملته الانتخابية 2009 بالتحليل والتفسير السيميولوجي ، ففي هذا الإطار توصلنا إلى عدة أساليب واقعية لاحظناها بأم أعيننا ، قد استخدمنا الخطيب للتأثير في مشاهديه ، فمنها التي تختص بشخص الخطيب، ومنها التي تختص الوسيلة التي هي التلفزيون(أساليب تقنية مرئية بحثة)، وهي كالتالي:

أولاً: الخاصة بالخطيب: لقد وظف الخطيب العديد من الطرق والاستراتيجيات للتأثير على متلقيه تمنتلت خاصة في :

1: مدح الشعب الجزائري عامة، وأهل المنطقة التي القى فيها الخطاب خاصة. وهي طريقة لاستimulation عواطفهم. وهذا أمر لا يمكن أن تكون له جدوى ، أو فاعلية إن قدم عبر وسيلة إعلام

أخرى، فالاتصال المواجهي بين الخطيب والمتلقي أحدث تفاعلاً كبيراً وثقة أكبر بين الخطيب وجمهوره، كما أن هذا التفاعل الذي أظهره التلفزيون، أو نقله إلى الجمهور الواسع، ولد بالضرورة تأييداً كبيراً من طرف الجمهور العريض، لأن الشيء الذي يرى ويسمع يكون قابلاً للتصديق أكثر من غيره. وهذا ما أدى إلى ارتفاع نسبة التصويت على شخص المرشح (الخطيب)، الذي أدى بدوره إلى ارتفاع نسبة المشاركة السياسية.

2: التكرار: لقد لاحظنا من خلال مشاهدتنا للخطابات المسجلة على أشرطة الفيديو أن المرشح اعتمد كثيراً على التكرارات للألفاظ، والوحدات اللغوية الأساسية التي أدرك أنها الأكثر تأثيراً في جمهوره، والخادمة لموضوعه وهدفه، والتي اصحابها بحركات مرسخة، وإيماءات موحية بالشيء الذي يريد أن يستنتاجه الجمهور في الأخير، وهذه التكرارات، إذا كانت وحدتها مكتوبة مثلاً، فلن يكون لها معنى أو تأثير، أو كانت مسموعة دون حركات تدعمها، ووجه ينظر إليه، ووسط تسمع فيه، فلن تحدث التأثير المطلوب، بقدر ما أحدثته هنا، فقد جعلت المشاهد يعيش الحالة التي أرادها له الخطيب، وكأنه موجود معه في نفس المكان.

3: استخدام اللغة الممزوجة، التي زاوج فيها بين اللغة العربية الفصحى، ولغة بنى بلده، والتي هي اللغة الدارجة أو العامية كما يسميها البعض، فلو كتب هذا المزج بين اللعنين على الورق، فلن تكون للخطيب الحرية في قول كل هذا، ولن يكون لما كتبه معنى أو صدى، حيث تصبح غير مفهومة، خاصة أن العامية ليست لها ضوابط نحوية وصرفية وتركيبية تحكمها، على عكس الفصحى، إذن الوسيلة هنا هي التي فرضت على الخطيب نوع اللغة التي يستخدمها للإقناع، ولو كانت مكتوبة لما استطاع أن يكتب كل الأشياء التي قالها، ويحصل بها على التأييد الذي يريد، وباعتبار أن اللغة العامية هي التي يفهمها جميع أفراد المجتمع باختلاف مستوياتهم وأعمارهم، فلا بد من السير على هذا الدرب للوصول إلى الغاية المرجوة، والوسيلة الأنفع لهذا هي التلفزيون الذي أوصل كل ما قاله، وما أشار إليه، وما أوحى به الخطيب إلى عامة الناس وهم في أماكنهم، إذن فالتلفزيون هنا ساعد الخطيب في القيام بإحدى استراتيجياته الإقناعية، حيث وفر عليه التنقل إلى كل مناطق البلاد، وتقديم نفس المحتوى اللغوي الارتجالي السياسي، فقد استطاع الخطيب أن يقنع عدد هائل من الأفراد، انطلاقاً من مكان واحد، بضرورة وأهمية التصويت عليه، والمشاركة في العملية السياسية الانتخابية.

4: استخدم الخطيب أسلوب آخر للتأثير على المشاهد، و إقناعه بضرورة التصويت عليه، وهو الحجج والبراهين التي ارتكز فيها على الانجازات والإيجابيات التي قدمها لهم خلال عهديتين من الحكم. وقد

بين لهم أنه الأصلح لهم، وبهذا تمكن من السيطرة على عقوتهم ، وإقناعهم بعدم وجود ند له ، أو سبيل آخر لهم في الحصول على ما هو أحسن منه.

5: الإستراتيجية الأخرى التي ارتكز عليها أيضا الخطيب، الوعود التي ما فتئ يتحدث عنها وذلك استدلاً بالانجازات الماضية.

6: ارتكز أيضا على خلفيته الثورية وتضحياته من أجل الوطن، لتبيان مدى استحقاقه للمنصب، وأيضا تبيان خلفيته الدينية الإسلامية إرضاء لشريحة كبيرة من المجتمع إن لم يكن المجتمع جله. باعتبار أن الجزائر بلد إسلامي بلا منازع.

وبهذا فقد حاصر الخطيب جمهوره من جميع الجهات فلم يترك لهم أي خيار ، أو فرصة في التفكير في أحد آخر سواه، وأنفعهم بضرورة المشاركة السياسية أتوماتيكيا، فكلما كان عدد الأصوات له كبيرا كلما زادت نسبة المشاركة السياسية.

ثانيا: الخاصة بالتلفزيون: لقد أضفى التلفزيون على ما قام به الخطيب وما قدمه العديد من المزايا والتأكيدات.

1: استطاع التلفزيون أن يصل كل ما قدمه الخطيب على ارض الواقع، إلى عامة الشعب، دون زيادة أو نقصان ، وهذا أمر أساسي ، ساهم بشكل كبير في عملية الإقناع، وباعتبار أن الإنسان لا يصدق شيء مائة بالمائة إلا إذا رأه بأم عينه، فالتلفزيون قد قام بهذا الدور. واستطاع أن يوسع دائرة الحديث إلى أكبر قدر ممكن ، وإقناع أكبر عدد ممكن من الناس بالتصويت والمشاركة السياسية، فقد نقل كلام الخطيب إلى أذهان كل من لهم اهتمام بذلك كما نقلت كل ظروف النقاش إلى أنظارهم ، وبالتالي وسع من دائرة المشاركة السياسية.

2: لقد أراد الخطيب أن يقدم خطابه في حالة معينة ، وقد ناب عنه التلفزيون في إيصالها إلى جمهوره ، ونحن نتحدث عن الألوان التي استخدمها الرئيس "بوتيفليتش" ، كأحد إفرازات العولمة، أو تقليدا منه لحملة الرئيس "أوباما" ، في برنامجه الانتخابي، وذلك باستخدامه لللون الأزرق البنفسجي، والذي لحظناه في كل قاعات وأماكن الخطابات وحتى الملصقات والكتيبات الصغيرة... الخ، وقد لاحظنا من خلال مشاهدتنا للخطابين اللذان قمنا بتحليلهما(خطابي باتنة وبشار) أن الرئيس "بوتيفليتش" انه اللون المعتمد في برنامجه وحملته الانتخابية، فقد كانت كلا القاعتين مزينة بهذا اللون، وقد لاحظنا في خطاب باتنة أن الملصقات واللافتات التي يحملها الشعب المؤيد له بنفس اللون، وهذا اللون يرمز إلى الحرية السياسية، أو الديمقراطية، محاولة من الخطيب بهذا الفعل الإيحاء لشعبه بأنهم بتصويتهم له سيضمنون

حربيتهم السياسية، وستسود الديمقراطية في الجزائر، وهذا الأمر ربما قد يكون عاملا هاما ساعد على زيادة عدد الأصوات بالنسبة له، إذن استطاع التلفزيون أن يقدم للشعب هذه الإستراتيجية النفسية. على عكس باقي وسائل الإعلام الأخرى، كالراديو والصحافة.

3: ومن خلال ما رأيناه أثناء مشاهدتنا للخطابات، وبالتحديد خطاب باتنة، أن الخطيب اعتمد على شعارات السنّية مختلفة في حملته، وقد وضحتها لنا التلفزيون، من خلال نقله أو عرضه لهذه اللافتات التي تحمل كل هذه الشعارات، أو الرسائل الألسنية المؤثرة، والتي وجدت على جدران القاعة، وفي أيدي الشعب. كـ "الجزائر تناذيك والشعب يزكيك"، وـ "جزائر قوية وآمنة"، عبد العزيز بوتفليقة"... الخ. وقد أحدثت هذه الشعارات أثرا كبيرا لا محالة في نفوس المشاهدين، بتغيير وجهات نظرهم، أو دعمها إن كانت إيجابية. هذا الأمر أيضا لا يمكن لوسائل إعلام أخرى القيام به.

4: وقد لا حظنا بتبعنا للخطابات، أن اتجاهات الكاميرا، مسلطة على أشياء معينة، فهي لا تذهب تجاه شيء ليس له معنى، حيث في كثير من الأحيان نحو شخص الرئيس أو الخطيب، وفي بعض الأحيان نحو الشعب المؤيد والتفاعل مع الخطيب، خاصة في خطاب باتنة، إذن نستطيع القول أن التلفزيون أو الكاميرا قامت بترجمة التفاعل الإيجابي بين الجمهور الحاضر في القاعة التي القى فيها الخطاب مع الخطيب، الذي ترك انطباعا في نفوس الجمهور بأنه مؤيد من طرف غالبية الشعب، وبالتالي الدعوة اللامباشرة إلى التأييد المماثل، وأهم الأشياء التي نقلها التلفزيون هنا، التأييد و التفاعل بين الجمهور والخطيب، الشعارات والرسائل الألسنية الممولة للحملة، حركات وإيماءات وتعبيرات الخطيب المقنعة، الألوان الموحية، تبيان العدد الهائل الذي ضمته القاعة من مؤيدي الرئيس "بوتفليقة".... الخ.

2 النتائج في ضوء الأسئلة الفرعية:

1: ترجع أسباب ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009 إلى توظيف استراتيجيات الإقناع المختلفة، الخاصة بالشخص، وأيضا الخاصة بوسائل الإعلام والاتصال المرئية، كما ترجع أيضا إلى ارتفاع نسبة التصويت للرئيس "بوتفليقة"، انطلاقا من قناعة الشعب الجزائري بأهميته واستحقاقه لمنصب الرئاسة نظرا لما ثبت عنه من إيجابيات وanhazat، وهذا الأمر قد توصل إليه الشعب الجزائري معايشة منه للواقع الذي أوصله له التلفزيون خاصة، صوتا وصورة....

2: وقد لعب التلفزيون دورا كبيرا في رفع نسبة المشاركة السياسية، وذلك بتقريب السياسة من المواطن، وعرض الحملة الانتخابية ، والبرنامج الانتخابي لكل مرشح، بكل واقعية ووضوح، وإضفاء

الشرعية، وزيادة الثقة بين الشعب وأصحاب السياسة، و توضيح نقاط الضعف والقوة بالنسبة لـكل المرشحين، وتبيان أيضاً الشخص الأصلح من خلال كمية المجرعات الإعلامية التي حضي بها كل مرشح في نيل الفرص للاحتكاك مع الشعب عبر وسائل الإعلام المرئية (التلفزيون)، وقد حضي الرئيس "بوتيفلية" على أكبر قدر من الفرص للظهور عبر شاشة التلفزيون مخاطباً جمهوره، نظراً للعديد من العوامل والأسباب، والتي من بينها مكانته، فهو ما زال على كرسي الرئاسة ويمتلك سلطة ونفوذاً على الأمور، وأيضاً يرجع ذلك إلى التمويل المادي للحملة الذي يعتبر هو الأغنى من حيث التمويل، فقد استطاع الوصول إلى المواطن بشتى الطرق الاقناعية.

لكن الدور الكبير الذي لعبه التلفزيون في عملية الإقناع، وزيادة نسبة التصويت وبالتالي ارتفاع نسبة المشاركة السياسية لا يعني عدم وجود طرق وآليات أخرى تحكم ، أو تدخل كعامل وسيط بين المرشح وجمهوره، وتزيد من نسبة المشاركة السياسية عامة بجميع صورها، وإشكالها، والتي لا يمكن تغييبها أو إهمالها، والتي من بينها، النظام السياسي العادل و الناجع، وأيضاً جهاز السلطة المثالي، الذي يتكون من أشخاص سياسيين يمكن الوثوق بهم.

٣: تستخدم بعض الآليات للتأثير على الإفراد من أجل إدماجهم في الوسط السياسي وجعلهم أفراداً فاعلين في العملية السياسية، وتحفيزهم على المشاركة السياسية عامة وعلى المشاركة الانتخابية خصوصاً، وقد تم التوصل إلى بعضها من خلال دراستنا التحليلية لخطابات الرئيس بوتفليقة ، وقد ساهم التلفزيون بشكل كبير في المساعدة على تحقيق هذه الأهداف، ومن بين الآليات ما يلي:

. الإقناع الواقعي، وهو اللجوء إلى أمور حدثت في الواقع يتم الاستناد عليها لتعريف الجمهور بها وتمدي أهمية التصويت خاصة والمشاركة السياسية عامة، وإذا قلنا المشاركة السياسية عامة فنحن نعني بها كافة أوجه النشاط السياسي، ويتمثل ذلك في: الانضمام إلى المنظمات، والأحزاب السياسية، التصويت في الانتخابات، الترشح لمنصب سياسي، ...والبعض يضيف العزلة السياسية أو المروب والعزوف عن السياسة... الخ .

. توظيف لغة سهلة وبسيطة لمخاطبة الجمهور وإقناعه بكلفة الأمور السياسية.

. توظيف أنفع وأهم وسائل الإعلام تأثيراً على الفرد لضمان التأثير التام وال مباشر والإيجابي على الأفراد، وقد أثبتت التلفزيون بجماعته، وأهميته البالغة في التأثير على الأفراد في شتى الحالات، و السياسة من بين أهم هذه الحالات. ولهذا تم اختياره هنا من طرف الرئيس بوتفليقة كأول وسيلة لتمرير خطاباته، وقد أحدث تأثيراً كبيراً في نفوس وآراء الشعب.

. بناء الرسالة السياسية بدقة وتحطيط جيدين، من أجل التأثير في المتلقى ، وضمان الإقناع بالمشاركة السياسية والمشاركة الانتخابية خاصة.

3 النتائج في ضوء الفرضيات:

- * - توجد علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام المرئي والمشاركة السياسية.
- * - تتعدد أساليب الإعلام المرئي في التأثير على المشاركة السياسية بين الأساليب السياسية البحتة، الإعلامية الاتصالية ، الشخصية.
- * - قد يرجع ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009 إلى التركيز الكبير على وسائل الإعلام المرئية خاصة التلفزيون.

1: نستطيع القول أن الفرضية الأولى قد تحققت، فقد توصلنا من خلال دراستنا التطبيقية لتحليل خطابات الرئيس "بوتفليقة" الانتخابية أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام المرئي بالمشاركة السياسية هي علاقة قوية، وقوية جدا، فقد لاحظنا مدى تأثير الخطاب عندما يكون صوتا وصورة وحضورا ذاتيا محسوسا معاشا، بجميع حركاته وإيماءاته، و استراتيجياته ، والياته، وأيضا ميكانيزماته، وقد لاحظنا مدى تفاعل الجمهور الحاضر مع الخطيب ، مما ولد شعورا لدى المشاهد بالثقة والاقتناع، بما قدمه الخطيب،

2: لقد توصلنا من خلال دراستنا التطبيقية إلى أن الأساليب التي يتبعها الإعلام المرئي في التأثير على المشاركة السياسية تنقسم إلى ثلات أنواع:

. أساليب سياسة: وهذا ما سجلناه من ملاحظتنا وتحليلنا للخطابات الانتخابية الخاصة بالرئيس عبد العزيز بوتفليقة، ونذكر منها التكرارات في لغة الخطيب، إظهار حب الوطن، ذكر الإنجازات والجوانب الإيجابية له، الوعود، وبيان طبيعة البرنامج السياسي له...الخ.

. أساليب إعلامية واتصالية: كلقطات التصوير ، واتجاهات الكاميرا التي تعظم الخطيب، والتي توحى بقربه من المواطن، وزوايا التصوير، التي جاءت متعمدة لإظهار أهم المشاهد إيجاء و إقناعا، والتي ركزت في معظم الوقت على المرشح، والألوان وإيجاءاتها، كاللون الأزرق البنفسجي الذي يوحى بالديمقراطية، والحرية السياسية، اللغة المزدوجة والتي يغلب عليها الدارجة البسيطة...الخ.

. أساليب شخصية: وقد توصلنا إلى أن الخطيب قد وظف أساليب خاصة ، كروح النكتة التي خيمت على جو الخطاب، الابتسامة التي عرف المواقف التي يرسمها على وجهه فيها، التحكم في تعبيرات

الوجه حسب مواقفها الملائمة، توظيف الأمثل الشعبية التي لطالما تميز بها الخطيب، الحركات التي وظفها أيضاً، بيان التواضع والقرب من هموم و اهتمامات المواطنين وانشغالاتهم... الخ.

وقد أكد هذا على تحقق الفرضية الثانية بنسبة المائة بالمائة.

٣: لقد تم التتحقق من مدى صحة الفرضية الأخيرة ، و قد توصلنا إلى أنها قد تحققت نظراً لأننا لاحظنا حرص الخطيب على ملازمة وسائل الإعلام له في كل خطاب ألقاه فيما يخص الحملة الانتخابية ، وقد عرضت خطاباته -الخاصة بالحملة- عبر جهاز التلفزيون خلال فترة الترشح.

يمكن القول أخيراً أن الجمع بين السمات و المهارات الشخصية، وبين الطرق الإعلامية والسياسية يؤدي إلى الإقناع والتأثير في نفوس الأفراد بشكل كبير وقد يكون حتمي و مسلم به إلى درجة أنه يؤدي إلى تغيير الآراء والأفكار وبناء السلوكات، كما يؤدي إلى تحقيق أغراض الاتصال والأهداف التي أعدت من أجلها الرسائل والمضمونين بغض النظر عن طبيعتها و نوعها، سواء كانت سياسية أو إعلامية، أو ذات نوع آخر، هذا دون إهمال حسن تحطيط صياغة الرسائل و التوفيق في اختيار الوسيلة الملائمة، حيث أنها في المضمون الذي بين أيدينا وجدنا أن انسنة وسيلة هي التلفزيون لتحقيق الغرض الاتصالي من وراء الخطاب والوصول إلى المدف الأنساني.

آفاق و توصيات الدراسة

مقترنات والتوصيات

في ضوء نتائج التحليل السيميولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة توصلنا إلى الاقتراحات والتوصيات التالية :

أولا / ضرورة الخصصة والتخصيص في المجال الإعلامي خاصية السمعي البصري ، وفتح المجال لذوي الاستثمار و الطاقات الإعلامية لكي تنشط، ذلك لما للتلفزيون من تأثير على المشاهد خاصة في المجال السياسي.

ثانيا / إعطاء الحرية كاملة للقنوات التلفزيونية لممارسة نشاطها الإعلامي أيا كان نوعه، و ضرورة تبني السلطة عن كبحه.

ثالثا/ إعداد برامج مرئية وسموعة (اجتماعية ، سياسية) لتنمية الثقافة والوعي السياسيين.

رابعا / نخاطب بهذا الموضوع رجال السياسة وندعوهم إلى إعداد برامجهم السياسية وفقا للتلفزيون وعرضها عن طريقه ، لأن الوسيلة الأنفع والأكثر تأثيرا وإقناعا ، وهذا ما توصلت إليه الدراسة ، ودراسات عديدة سبقتها. و تفتح هذه الدراسة الطريق أمام الدراسات الأخرى لاستكمال نقاط النقص التي فيها، وبهذا يستطيع الباحثين تناول الموضوع من جانب دراسات الجمهور للتوصل إلى نتائج أكثر واقعية، وتشجع الباحثين أيضا على البحث في نفس المجال مستقبلا.

و تتطلع الدراسة إلى الرقي بالمستوى السياسي من خلال كشف أهم إستراتيجيات الإقناع ، و وسائله، وأيضا من خلال دراسة واقع السياسة والمشاركة السياسية.

كما أن من آفاقها المستقبلية على المدى القريب والبعيد الإهتمام بوسائل الإعلام السمعية البصرية من طرف المحكمين في زمام الأمور.

قائمة المراجع والمصادر

قائمة المراجع والمصادر:

أ- الكتب:

- 1- أبو عمود ، محمد سعد، الإعلام و السياسة في عالم متغير، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2009.
- 2- أبو عرفة ، تيسير، الإعلام والثقافة العربية، الأردن: دار مجدلاوي ، ط2003، 1.
- 3- أبو زيد ، فاروق ، مدخل إلى علم الصحافة ، مصر، القاهرة: عالم الكتب، ط1998، 2.
- 4- أبو عرقوب، إبراهيم، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي ، الأردن، عمان: دار مجدلاوي ، 1993.
- 5- أبو إصبع ، صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دمشق: دار آرام للنشر والتوزيع، 1995.
- 6- أبو هلاله، يوسف محي الدين ، الإعلام(نشأته،أساليبه،وسائله،ما يؤثر فيه) ، الأردن: مكتبة الرسالة الحديثة ، ط1987، 1.
- 7- ابن فارس،(أبو الحسين احمد ابن فارس بن زكريات395هـ)، مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام هارونط ، بيروت: دار الجيل ، 1991، ج. 1.
- 8- إحدادن، زهير ، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991.
- 9- إحدادن ، زهير، شخصيات وموافق تاريخية،الجزائر:دار التراث للنشر والتوزيع، ط2002.
- 10- ألموند ، غابريال و بنجهام ، باول: السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر(نظرة عالمية) تر: هشام عبد الله ، عمان: الدار الأهلية للنشر والتوزيع، ط05 ، 1997.
- 11- أندرسون ، جيمس، صنع السياسات العامة، ترجمة عامر الكبيسيي ، الأردن، عمان: دار المسيرة، 1999.
- 12- إسماعيل، على سعد، الاتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ط2002، 1.
- 13- إسماعيل ، علي سعد ، قضايا علم الاجتماع السياسي ، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1981 .
- 14- آرثر،أسابيرغر،أساليب التحليل الإعلامي ، ترجمة علي شوبل القرني، [د.د.ن ، د.س. ن].
- 15- آرثر ، سونسي، التأليف للتلفزيون، ترجمة إسماعيل أرسلان ، القاهرة: الدار المصرية للتأليف، 1966 .
- 16- بوحوش ، رابح، المناهج النقدية وخصائص الخطاب اللسانى ، الجزائر، عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2010.
- 17- بوحوش ، عمار، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995
- 18- بو علي ، نصیر، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب، دراسة ميدانية، الجزائر : دار المدى، 2005 .
- 19- بوعلي ، نصیر، الإعلام والقيم، الجزائر : دار المدى ، 2005.
- 20- بوشعير ، سعيد، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة، ج 2،الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 1999 .
- 21- بن مرسلی، أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر : ديوان المطبوعات ، 2003.
- 22- بسيوني، إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، القاهرة: عالم الكتب، ط2008، 1.
- 23- برو فيليب، علم الاجتماع السياسي ، ترجمة محمد عبد صاصيلا ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ط1، 1998 .
- 24- برو ، فيليب، علم الاجتماع السياسي ، ترجمة محمد عبد صاصيلا ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، 2006.
- 25- جابر عصفور: خطاب الخطاب، القاهرة، [د. د. ن].
- 26- جاد، سهير،أحمد:علي سامية، البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع ، 1999 .
- 27- جباره ، عطية،علم الاجتماع ، القاهرة : دار الوفاء ، 2001.

- (28)- جباره، عطية جباره،**علم اجتماع الإعلام، الإسكندرية** : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، [د. س. ن].
- (29)- جندلي ، عبد الناصر،**تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية،الجزائر:** ديوان المطبوعات الجامعية، ط 3، 2010
- (30)- الجميلى ، خيري خليل،**الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، مصر، الإسكندرية:** المكتب العلمي للكومبيوتر والنشر والتوزيع، [د.س. ن].
- (31)- ديفلور، ملفين.و بول، روكيتش ،ساندرا: **نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع،[د.س.ن].**
- (32)- دليو ،فضيل،**تاريخ وسائل الاتصال،دار أقطاب الفكر،ط7،2007،3.**
- (33)- الدليمي ، عبد الرزاق محمد،**علومة التلفزيون، عمان: دار حرير للنشر ، ط 2005 .**
- (34)- درويش،عبد الرحيم،**مقدمة إلى علم الاتصال ، مصر: مكتبة ومطبعة نانسي دمياط،2006.**
- (35)- هاني، رضا،رامز،عمار،**رأي العام و الإعلام و الدعاية،القاهرة:المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 1998.**
- (36)- وهان ، أحمد،**التخلف السياسي وغيابات التنمية، الإسكندرية:الدار الجامعية، 2002-2003.**
- (37)- الوردي، زكي حسين ، المالكي جمیل لازم،**المجتمع والمعلومات ، عمان: دار الرواق للنشر ، ط1، 2006.**
- (38)- زهران ، جمال علي،**الأصول الديمقراطية والإصلاح السياسي ، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ط1،2005.**
- (39)- الزيات ، السيد عبد الخاليم،**التنمية السياسية(دراسة في علم الاجتماع السياسي)، تقليل محمد عاطف غيث، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية ، ج 2002،1.**
- (40)- الزحيلي ، وهبة ،**حق الحرية في العالم، دمشق: دار الفكر ، ط4،2007.**
- (41)- لزخشيри ، محمود جار الله،**أساس البلاغة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ط 3 ، ج 1. 1985**
- (42)- زكريا ، عبد العزيز محمد،**التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب و المراهقين ، القاهرة: مركز الإسكندرية ،2002.**
- (43)- زواتي ، رشيد،**تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ،الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر ، ط 2000،1.**
- (44)- زرواطي ، رشيد ،**مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار المدى للطباعة و النشر و التوزيع، ط7،2007،1.**
- (45)- حامد ، خالد،**منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جسور للنشر والتوزيع ، ط8،2001.**
- (46)- حجازي ، مصطفى،**الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، لبنان، بيروت،المراكز العربي للتطوير الإداري ،1982.**
- (47)- الحلوان ، ماجي،**مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي ، القاهرة: عالم الكتب ، 2002.**
- (48)- حيفرى عبد الحميد،**التلفزيون الجزائري ،واقع وآفاق ،الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1983.**
- (49)- حزرة، عبد اللطيف،**الإعلام ، تاريخه ومذاهبه، القاهرة: دار الفكر العربي 1965.**
- (50)- حنا، فاضل،**التلفزيون ما له و عليه و مدى تأثيره في الأطفال ، القاهرة: مؤسسة الرسالة ،2002.**
- (51)- حسنين، عبد القادر،**رأي العام والدعاية وحرية الصحافة،مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة،علم الكتب 1997.**
- (52)- الحسن،حسان محمد،أحمد بدر،**مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي ، القاهرة: دار قباء، 1998.**
- (53)- اليحاوي، يحيى: **في العولمة والتكنولوجيا و الثقافة، بيروت: دار الطليعة للطباعة ، ط 1، د.س.ن.**
- (54)- كحيل ، عبد الوهاب،**رأي العام والسياسات الإعلامية ، القاهرة: مكتبة المدينة ، ط2،1987.**
- (55)- مجاهد ،جمال ،**رأي العام وطرق قياسه (الأسس النظرية والمنهجية)، الإسكندرية:الدار الجامعية ، ط 2005 .**
- (56)- مجموعة من المؤلفين،**تنظيم الجمعيات في الدول العربية ، عمان ،منشورات البنك الدولي ، 2000.**

- (57)- مهنا، محمد نصر، في تنظير الإعلام(الفضائيات العربية . العولمة الإعلامية . المعلوماتية)، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامع، 2003.
- (58)- مهنا، فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر ،دمشق، دار الفكر المعاصر بيروت، ط1، 2002 .
- (59)- الحنة، فلاح كاظم، علم الاتصال بالجماهير(الأفكار ،النظريات، الأنماط)، عمان: مؤسسة الوراق للنشر، 2002.
- (60)- محمود، منصور، العولمة دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد،
- (61)- محمد، علي محمد، البحث الاجتماعي، دراسة في طرائق البحث أساليبه، دار المعرفة الجامعية، مصر، [د.س.ن].
- (62)- محمد، زيان عمر، البحث العلمي، مناهجه و تقنياته، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 1983، 4.
- (63)- مكي، ثروت، الإعلام والسياسة(وسائل الاتصال والمشاركة السياسية)، القاهرة: عالم الكتب، ط5، 2005، 1.
- (64)- المصالحة، محمد حдан، الإتصال السياسي (مقترب نظري تطبيقي)، الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 2002.
- (65)- مصباح ،عامر، الإنقاذ الاجتماعي، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2006.
- (66)- مزروق، يوسف، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون،القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1988.
- (67)- نواري، سعودي أبو زيد ،الدليل النظري في علم الدلالة ،الجزائر، عين مليلة :دار الهدى ،[د ط]، 2007.
- (68)- السويدي ، محمد،علم الاجتماع السياسي (ميدانه وقضاياها) الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية.[د.س.ن].
- (69)- السمالوطى، نبيل، بناء القوة والسموية السياسية، في: أحمد وهبان ، التخلف السياسي وغايات التنمية السياسية، القاهرة: دار الجامعة الجديدة ، 2000.
- (70)- سمير ،محمد حسين،بحوث الإعلام، القاهرة :علم الكتب ،1999.
- (71)- سمير ،محمد حسين،الإعلام والاتصال بالجماهير،القاهرة: عالم الكتب،1984.
- (72)- سعيداني ، علي،بيروقراطية الإدارة الجزائرية، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981.
- (73)- سعد ،جلال،علم النفس الاجتماعي، ليبيا: الجامعة الليبية ، 1972.
- (74)- العبد ،عاطف عدلي:الإتصال والرأي العام(الأسس النظرية والإسهامات العربية)، القاهرة: دار الفكر العربي ، ط1993.
- (75)- عبد الباسط، محمد حسن،أصول البحث الاجتماعي ، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1975.
- (76)- عبد الجبار، حسين،اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، الأردن، عمان ، دار أسامه للنشر والتوزيع ، ط1، 2009.
- (77)- عبد الجبار، مؤيد، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، مصر: الأهلية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2002.
- (78)- عبد الحميد، محمد،الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنيت، القاهرة: عالم الكتب ، ط1، 2007.
- (79)- عبد الحميد، محمد،تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 1985.
- (80)- عبد الحميد، محمد،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط2، 2000.
- (81)- عبد النور، ناجي،المدخل إلى علم السياسة، الجزائر ، عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007.
- (82)- عبد النور، ناجي،النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية،الجزائر،قائمة:مديرية النشر ، 2006.
- (83)- عبد الرحمن، عواطف، الإعلام والعلمة البديلة، القاهرة: العربي للنشر، ط1، 2008.
- (84)- عبد الغفار، عادل،الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة(رؤية تحليلية استشراقية)،القاهرة:الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2009.
- (85)- عبده، عزيزة،الإعلام السياسي والرأي العام(دراسة في ترتيب الأولويات)، مصر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، 2004.
- (86)- عجوة، علي :دراسات في العلاقات العامة والإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1985.
- (87)- عوض، محمد المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، القاهرة: دار الفكر العربي ، 1986.

- 88)- عيساني، رحيمة،**مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال**، الجزائر ، باتنة: مطبوعات الكتاب والحكمة ، ط2007،1.
- 89)- العبيسي، محمد عبد الرحمن،**دراسات في علم النفس الاجتماعي** ، لبنان، بيروت: دار النهضة العربية ، 1974.
- 90)- عكاشة، محمود،**لغة الخطاب السياسي** ، مصر: دار النشر للجامعات ، ط2005،1.
- 91)- فلحى ، محمد ،**صناعة العقل في عصر الشاشة** ، عمان: الدار العلمية للنشر والتوزيع ، 2002.
- 92)- صابات، خليل ،**وسائل الإعلام نشأتها وتطورها** ، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ، 1985.
- 93)- القصبي، عبد الغفار رشاد ،**الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي** ، القاهرة:مكتبة الآداب ، [د.س.ن].
- 94)- القصبي، عبد الغفار رشاد،**دراسات في الإتصال**،القاهرة: مكتبة النهضة للشرق،194.
- 95)- رياضة، غازي إسماعيل،**الأي العام والعلاقات العامة**، عمان: دار البشير للنشر،1988.
- 96)- رشتي أحمد،جيحان ،**الأسس العلمية لنظريات الاتصال**،دار الفكر العربي،[د.د.ن]،1975.
- 97)- شدوان، علي شيبة،**مذكرة في تاريخ الإعلام** ، القاهرة: دار المعرفة الجامعية،2005.
- 98)- شهاب الدين، فتحي و العريان، عصام ،**أوراق في التربية السياسية**،الضياء للنشر والتوزيع،ط2006،1.
- 99)- شطاح ،محمد،**الإعلام التلفزيوني ، نشرات الأخبار ،المحتوى و الجمهور** ،الجزائر: دار الكتاب الحديث ، 2007.
- 100)- الخزرجي، تامر كامل محمد،**النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة**(دراسة معاصرة في إستراتيجية إدارة السلطة) ، عمان:دار مجلاوي ، 2004.
- 101)- الخليفي، طارق سيد أحمد ، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، القاهرة: دار المعرفة الجامعية ، 2005.
- 102)- الحشاب، أحمد ،و النكلاوي ،أحمد،**المدخل السوسيولوجي للإعلام** ، الإسكندرية: دار الكتب الجامعية، 1974.
- 103)- ذويبي ،خثير الزبير،**سيميولوجيا النص السردي(مقاربة سيميائية لرواية الفراشات والغilan لعز الدين جلوجي)** ، الجزائر،سطيف: إعداد رابطة أهل القلم ، 2006.
- 104)- غريب ،سيد أحمد، 2002

ب - الدوريات و المجالات:

- 1)- السيد أحمد مصطفى عمر: **إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك**،مجلة المستقبل العربي،عدد 256، 2000.
- 2)- السلاوي محمد اديب: **المشاركة السياسية في انتخابات 27 سبتمبر**،مجلة اوساط ، العدد :الثلاثاء،24،سبتمبر 2002
- 3)- العياضي نصر الدين: **الإخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات التلفزيونية العربية** ، مجلة الإذاعات العربية ، تونس ،العدد 1 2001،.
- 4)- دون كاتب،مجلة المستقبل: مركز دراسات الوحدة العربية،جوان ،العدد256، 2000.
- 5)- حميد علاء،مجلة النباء،العدد83 2006 .
- 6)- دون كاتب،**التسويق السياسي (ترويج)** ، مجلة المختار ، العدد21، الاثنين 04 فبراير 2008.

ج - الصحف أو الجرائد:

. الحداد رحاب: **التسويق السياسي** هدف بحد ذاته أم سلعة بهدية مجانية،صحيفة الوسط البحرينية، يومية مستقلة العدد2367السبت28فيفري2009.

د - المعاجم والقواميس والموسوعات:

- 1)- ابن منظور،**لسان العرب** ،1 صادر بيروت،ط1994،2،2.
- 2)- إبراقن محمود،المبرق(**قاموس موسوعي للإعلام والاتصال**) فرنسي . عربي،إنتاج شالة،ط2،2007.

- 3- الفار ، محمد جمال، المعجم الإعلامي، دارأسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، ط1، 2006.
- 4- الفيروز ،أبادي، القاموس المحيط،لبنان،بيروت، المؤسسة العربية ، ط2، [د.س.ن].
- 5- الحشيم ،مصطفى العبد الله، موسوعة العلوم السياسية ، ليبيا،الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع ، ط01 ، [د.س.ن].
- 6- بدوي، محمد ،آخرون،قاموس oxfordالمحيط،انجليزي عربي،أكاديميا لبنان، [د.س.ن].
- 7- حجاب ، محمد منير، الموسوعة الإعلامية،دار الفجر، مصر، م5 ، 2003.
- 8-سعيفان ، أحمد ، قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية ، عربي ، انجليزي ، فرنسي ، مكتبة لبنان ناشرون، ط1،2004.
- 9- ر.بودون ، بوريكو،المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1986.

dictionnaire de linguistique.larousse.1973..10)- Dubois.j.et autres
المعجمA modern dictionary political Analysis. 11)- Groffre Roberts and Alistair edwards
الحديث للتحليل السياسي ، انجليزي عربي " ، الدار العربية للموسوعات لبنان، بيروت، ط1 ، 1999

12)- Now wrate : **Arabic reader's dictionary**, oxford university dress.1980 -oxford .English

هـ- المطبوعات غير المنشورة:

1- بحوث التخرج:

- 1)- بوبيدي، بحاة : عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون ،رسالة ماجستير في علم الاجتماع،جامعة منتوري قسنطينة.
- 2)- بن رحو ،سهام:المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في تونس والجزائر(دراسة مقارنة)،دراسة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والسياسة، جامعة وهران، الجزائر،2007/2006.
- 3)- بن صغير، عبد العظيم، العنف السياسي وتأثيره على تحول السلطة، رسالة ماجستير في العلوم السياسية جامعة الجزائر العاصمة 2001-2000 .
- 4)- داود، ليلى:وسائل الإعلام وأثرها على تقييم تنشئة الطفل الاجتماعي في المجتمع العربي.
- 5)- فاطمي ، فؤاد فريد. ملخص رسالة الماجستير بعنوان:واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري، إشراف الأستاذ: خليفة بوزيرة ،جامعة الجزائر. [د.س.ن].
- 6)- فريض سعاد: الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر، دراسة تحليلية لجريدة النصر والخبر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التنمية،قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري،قسنطينة،الجزائر،2002 - 2003.
- 7)- قراد راضية:اللغة الإعلامية في البرامج التلفزيونية صباح الخبر نموذجا،إشراف حسين خريف، دراسة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة قسنطينة،الجزائر،2007-2008.
- 8)- تنيو سميه: الطلبة الجزائريون والبرامج التنموية في الفضائيات العربية . صناع الحياة نموذج،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،إشراف فضيل دليو،جامعة قسنطينة ،الجزائر،2006-2007.

2- موقع الأنترنيت:

- 1- Jaradatv.maktoubblog.com
- 2- www.maannews.net 25/10/2009
- 3- www.alriyadh.com, 2009/03/18
2009/11/254- <http://www.molqa.com>
- 5- <http://www.iraqmemory.org> 2010/04/21
- 6- <http://www.annabaa.org> الأحد 21 كانون الثاني 2007 .02/06/2010
- 7- <http://www.swmsa.net> 2010/04/21
- 8- <http://www.aljamaa.net> 02/06/2010
- 9- <http://forum.alnel.com.html>
- 10- <http://www.aawsat.com> 02.06.2010
محمد أديب السلاوي: المشاركة السياسية في انتخابات 27 سبتمبر ، مجلة أوساط ، العدد : الثلاثاء، 24، سبتمبر 2002
- 11- [http://www.aawsat.com 02.06.2010](http://www.aawsat.com)
التسويق السياسي (الترويج) ، مجلة المختار نشر يوم الاثنين 04 فبراير 2008، الموضوع مفاهيم، العدد 21 (ذو القعدة 1428هـ/أكتوبر 2007م).
- 12- <http://www.elmokhtar.net> 2008/06/13
13- www.safipness.com
14- الحنافي تايره:آليات الحملة الانتخابية 2007/07/07
25/10/2009 www.maannews.net
- 15- الندوبي محسن : مشاركة الشباب في الحياة السياسية و دورها في تحصين كرامة الإنسان ، 2009/03/26
- www.ahewar.org
17- مركز دمشق للدراسات النظرية والحقوق المدنية
- 18- الصوفي مصطفى: الجماعات المحلية والتنمية السياسية www.safipness.com
- 19- كينغ أرنولد: الحالة الطبيعية للعراق: <http://www.iraqmemory.org> 2010/04/ 21
- 20- الجمعية، 02/06/2010 <http://www.aljamaa.net>
- 21- التسويق السياسي، منتديات طلبة الجزائر ، 2009/06/13 www.etudiant.dz
2009/06/14213

22- التسويق السياسي كأداة سياسية، منتدى مصر

<http://www.mountada.masr.net.2009/03/18>

و- الدراسات المنشورة:

- 1)- السيد عليوة، مني محمود: مفهوم المشاركة السياسية، مركز دمشق للدراسات النظرية والحقوق المدنية، تاريخ النشر، 2008/12/22
- 2)- ناجي عبد النور: أزمة المشاركة السياسية في الجزائر" دراسة تحليلية لانتخابات التشريعية 2007.pdf
- 3)- شقير حفيظة وآخرون: المشاركة السياسية للمرأة العربية(تحديات أمام التكريس الفعلي للمواطنة)، دراسة ميدانية في أحد عشر بلداً عربياً، منشورات المعهد العربي لحقوق الإنسان، 2004.

ز- الوثائق الرسمية:

- 1)- الإعلام والثقافة في الجزائر 1980/1982، وثائق تشريعية، منشورات وزارة الإعلام، الجزائر 1981 .
- 2)- المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية : حزب جبهة التحرير الوطني ،لجنة الإعلام و الثقافة ،مطبوعات الحزب ، الجزائر ، 1982 .
- 3)- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المجلس الأعلى للإعلام، قانون الإعلام 1982 .
- 4)- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: المجلس الأعلى للإعلام ،قانون الإعلام 1990 .
- 5)- التلفزيون الجزائري ،نشرية النظرية ، 2001 .

ح- المراجع باللغة الأجنبية:

- 1)Antony Downs ,An ecomic theory of democracy ,(New Yourk , Harper,1957).
- 2) Banes , Samuel and Max Kaase , Political action : Mass Participation in Five Western Decmocracies ,(Beverley Hills . CA : Sage.1979)
- 3) Berelson, Bernard. R, Paul F. Lazarsfeld and William. N. Mc Phee, voting: a 4) study of opinion formation in a presidential compaign (Chicago, the university of Chicago .press, 1954)
- 5) Christian Pinson,écrite sur la sémiologie, paris :seuil,1997,p3.
- ,Converse ,Miller Stokes ,The anmerican voter (New Yourk , Wiley ,1960).
- 6) Daniel Gaxie, leCzns caché ,2éme édition, Paris , Seuil,1992 .
- 7) Ellis Cachmore, and the was television,routledge,londonk1994
- 8) Ihaddaden Zahir, M colloque sur la press ecrite sur maghreb , (eddit / walf zug . hum bergh1989)K.
- 9)J.P.P Plamenatz ,Concent ,freedomand political obligation ,,(london,Oxford University Press ,1975).
- 10) Karl w.deutsch, social mobilisatin and political development in american political science review.(September 1961).
- 11) Lerter Milbrath, political participation : how people get involved in politics (Chicago , rand Mc Nally Company, 1965.
- 12) Le rapport annuel d'activité de l'établissement 1996.
- 13) Lester W. Milbrath and M.L Goel, Political Participation: how and why do people .get involved in politics? (Chicago, Rand Mc Nally, 1977)

- 14) Norman H. Nie and Sidney Verba, « political participation», in: Greenstein and polsby (eds), Hand book of political science, vol .04 (US. Wesley Publishing Company, 1975)
- 15) Karl W. Deutsch, « Social Mobilisation and Political Development» in American political science review, 1961
- 16) Samuel Huntington , Political Order in Changing Societies , (New Haven : Yale University Press .1968)
- 17) M.Rush and Ph . Althoff, An Introduction To Political Sociology , (London : Thomas Nelson and sons LTD ,1971)
- 18) Muller , Edwards N , Aggressive Political Participation ,(Princeton NJ : Princeton University Press.1979)
- 19) W.F.Stone, the psychology of politics , (New York , the Free Press ,1974)
- 20) Powell , Jr. G .Bingham , « voting turnout in thirty Democracies : Partisan , legal and socioeconomic influences.
- 21) Paul Lazarsfeld ,Bereson ,The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential compaign ,”rd edition (Columbia university press ,1967)
- 22) Michael D.Boda ,Richard S.Hatz ,louis Massicote , élection libres et régulières : un regard neuf ,(édition Union Interparlementaire, 2005)p.47
- 23) Louis Massicote , juger les élection d'après leurs résultats ?,in Ibid .
- 24) Richard S.Katz , principes démocratiques et évaluation du caractere libre et réguliers des élection , in Michal D.Boda ,Richard S.Katz ,louis Massicote. Op.cit .
- 25) Mayer Monna , Pascal Perrineau , les formes conventionnelles de la participation politique in : les comportements politique, op.cit , p.17.
- 26)J.Laapalombara , M.Weiner (eds) ,political parties and political development ,(Princeton N.J.Princeton University Press),p.p403-404.
- 27) Philippe Beraud ,la violence politique : repères et problèmes ,in Beraud (Dir) , la violence politique dans les démocratie européennes occidentales , (Paris ,Harmattan, 1993).
- 28) Karl W. Deutsch, social mobilization and political development ,in American political science review , (sep 1961) .
- 29) Madelin Crawtiz :Méthodes des sciences sociales, Edition dollez, paris
- 30) Stephen W.Little John.Theory of communication
31) Jean Derrida ,Sémiologie et gramatologie,lahaye :mouton 1972,p15.
32) Julia Kristeva :Recherches pour une semanalyse,paris :seuil,1969,p19.
- 33)Quivy et L,V Campantotat :introduction à l'analyse de recherches socuelles,paris :Seuil,190.
34) Louis Bardin :L'analyse de contenu,paris :P .U .F,1993,p 43.
- 35) Jhonvard:information world today.newyork,1969.p p 5-7.

الفهرس

فهرس المحتويات

❖ مقدمة.....	02.....
❖ الفصل الأول: الإعلام وعلاقته بالاتصال والسياسة.....	23
الأول:مفهوم	
المبحث	
الإعلام.....	26.....
المطلب الأول:تعريف الإعلام.....	26.....
■ الفرع الأول:المفهوم اللغوي.....	26.....
■ الفرع الثاني:المفهوم الاصطلاحي.....	27.....
■ الفرع الثالث:المفهوم الإجرائي.....	30.....
المطلب الثاني:خصائص الإعلام.....	30
■ الفرع الأول:خصائص الصحافة.....	31.....
■ الفرع الثاني:خصائص المجلة.....	32.....
■ الفرع الثالث: خصائص الراديو.....	32.....
■ الفرع الرابع: خصائص التلفزيون.....	32.....
المطلب الثالث:أهمية الإعلام.....	33.....
المطلب الرابع:وظائف الإعلام.....	34.....
المطلب الخامس: تأثير وسائل الإعلام.....	44.....
المطلب السادس: أنواع الإعلام.....	45.....
المطلب السابع: نماذج الإعلام.....	48.....
■ الفرع الأول:الإعلام الدعائي.....	48.....
■ الفرع الثاني: الإعلام التمثيلي.....	51.....
■ الفرع الثالث: الإعلام الموضوعي.....	52.....
■ الفرع الرابع: الإعلام الثقافي.....	53.....
■ الفرع الخامس: الإعلام الخارجي.....	53.....

■ الفرع السادس: الإعلام السياسي.....	54
المطلب الثامن: دور الإعلام في الماضي والحاضر.....	54
المطلب التاسع: أساليب الإعلام.....	56
■ الفرع الأول: أسلوب المتابعة والتكرار.....	56
■ الفرع الثاني: أسلوب الصمت والتجاهل.....	57
■ الفرع الثالث: أسلوب التسلسل وتحويم الانتباه.....	57
■ الفرع الرابع: أسلوب الإثارة وتحريك العواطف.....	58
■ الفرع الخامس: أسلوب بيان الحقيقة والمصارحة.....	58
■ الفرع السادس: الأسلوب المتكامل.....	58
■ الفرع السابع: أسلوب الإرهاب.....	59

المبحث	
والسياسة	61
المطلب الأول: الإعلام والاتصال السياسي.....	61
■ الفرع الأول: الإعلام مصدر للمعرفة السياسية.....	62
■ الفرع الثاني: الإعلام مصدر لتقدير الوضع السياسي.....	63
■ الفرع الثالث: الإعلام مصدر لمعرفة الرأي العام.....	64
■ الفرع الرابع: الإعلام مصدر لمعرفة أولويات القضايا.....	64
المطلب الثاني: الإعلام والرأي العام.....	68
المطلب الثالث: الإعلام والنظام السياسي.....	75
المطلب الرابع: الإعلام والتسويق السياسي.....	88
■ الفرع الأول: تعريف التسويق السياسي.....	88
■ الفرع الثاني: عناصر التسويق السياسي.....	90
■ الفرع الثالث: وظائف التسويق السياسي.....	90
■ الفرع الرابع: أساليب التسويق السياسي.....	93

المطلب الخامس: الإعلام والخطاب السياسي.....	94
المطلب السادس: الإعلام والإقناع والتأثير.....	95
■ الفرع الأول: الإقناع.....	95
■ الفرع الثاني: التأثير.....	99
المطلب السابع: الإعلام و العولمة.....	109
■ الفرع الأول: خصائص الإعلام في عصر العولمة و تكنولوجيا الاتصال.....	113
■ الفرع الثاني: أهداف الإعلام في عصر العولمة.....	115
■ الفرع الثالث: أساليب الإعلام في عصر العولمة.....	117
❖ الفصل الثاني: التلفزيون والمشاركة السياسية.....	119
المبحث الأول: التلفزيون.....	122
المطلب الأول: مفهوم التلفزيون.....	122
■ الفرع الأول:نشأة التلفزيون وتطوره.....	124
■ الفرع الثاني : مظاهر التطوير فيه.....	129
■ الفرع الثالث: أهمية التلفزيون.....	131
■ الفرع الرابع: خصائص التلفزيون.....	133
■ الفرع الخامس: وظائف التلفزيون.....	136
■ الفرع السادس: تأثيرات التلفزيون.....	140
المطلب الثاني: التلفزيون الجزائري.....	143
■ الفرع الأول: مراحل تطور الإعلام الجزائري.....	143
■ الفرع الثاني: قطاع الإعلام السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري.....	146
المبحث السياسي.....	160
المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية.....	160
المطلب الثاني: أساليب ومستويات المشاركة السياسية.....	169

المطلب الثالث: خصائص المشاركة السياسية.....	191	
المطلب الرابع: مراحل المشاركة السياسية.....	192	
المطلب الخامس: محددات المشاركة السياسية.....	196	
المطلب السادس: دوافع المشاركة السياسية.....	199	
المطلب السابع: متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة.....	200	
المطلب الثامن: العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية.....	202	
المطلب التاسع: أطر المشاركة السياسية.....	203	
المطلب العاشر: أنشطة ووظائف المشاركة السياسية.....	204	
المطلب الحادي عشر: الآثار الإيجابية للمشاركة السياسية على الأفراد.....	207	
المبحث السياسي	الثاني: المشاركة	
	208.....	والتنمية.....
في	السياسية	المبحث
		الإسلام.....
المشاركة	في	المبحث
		السياسية.....
السياسية	الشباب	المبحث
	214.....	والتنشئة.....
الانتخابية	الخامس: المشاركة	المبحث
	217.....	(الانتخاب).....
المشاركة	السادس: المشاركة	المبحث
	218.....	السياسية.....
	السابع: واقع	المبحث
	219.....	السياسية.....
المطلب الأول: المشاركة السياسية في الأنظمة المفتوحة.....	221	
المطلب الثاني: المشاركة السياسية في الأنظمة المغلقة.....	222	
المطلب الثالث: المشاركة السياسية في الجزائر.....	224	
المبحث	الثامن: أدوار	المبحث
	الإعلام	السياسية.....
	في	
	دعم	
	مجال	
	228.....	
المطلب الأول: التأثيرات المعرفية للإعلام في مجال المشاركة السياسية.....	228	
المطلب الثاني: التأثيرات الوجدانية للإعلام في مجال المشاركة السياسية.....	229	

❖ الفصل الثالث: تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية	
234.....	2009
أولاً: تأصيل مفاهيمي.....	
235.....	1) السيميولوجي..... ■
235.....	2) الخطاب..... ■
ثانياً: تحليل خطاب بشار:	
241.....	
1) المستوى الشكلي..... ■	
241.....	2) المستوى الصرفي..... ■
243.....	3) المستوى التركبي..... ■
244.....	4) المستوى الدلالي..... ■
248.....	5) المستوى التداولي..... ■
255.....	6) المستوى الصوتي..... ■
261.....	7) المستوى المرئي..... ■
ثانياً: تحليل خطاب	
284.....	
1) المستوى الشكلي..... ■	
284.....	2) المستوى الصرفي..... ■
286.....	3) المستوى التركبي..... ■
288.....	4) المستوى الدلالي..... ■
292.....	5) المستوى التداولي..... ■
302.....	6) المستوى الصوتي..... ■
309.....	7) المستوى المرئي..... ■
315.....	نتائج الدراسة..... ■
317.....	

.....	❖ خاتمة.....
326	
328.....	❖ قائمة المراجع.....
	❖ فهرس
338.....	المحتويات.....
	❖ الملحق
	❖ الملخصات
	1. الملخص باللغة العربية
	2. الملخص باللغة الفرنسية
	3. الملخص باللغة الانجليزية

الملحق : 01

إستماراة التحليل السيميولوجي:

1- المستوى الشكلي:

2- المستوى الصرفي:

صيغ فاعل	صيغ تفاعل	صيغ المبالغة	أسماء التفضيل	أسماء المفعول	أسماء الفاعل	الأسماء	الأفعال والمصادر
6	0	0	2	8	19	297	395
تكرارات "أنا" المتكلم		أفعال الأمر		الأفعال الدالة على الحاضر و المستقبل (المضارع)		الأفعال الماضية	
15		8		177		140	

3- المستوى التركيبى:

الجمل الاسمية	الجمل الفعلية
125	90
الأساليب الإنسانية	الأساليب الخبرية
28	88

4- المستوى الدلالي: تضمن أبنية الخطاب الصغرى والكبرى.

5- المستوى التداولى:تناول المؤثرات الخطابية والسياق...الخ

6- المستوى الصوتى: تضمن مستوى الصوت و أماكن السكت...الخ

7- المستوى التمثيلي(المرئي):

أولاً: العوامل أو السمات العامة:

المؤشرات	القائم بالاتصال
الجنس	
السن	
الحالة العائلية	
المنصب	
المستوى التعليمي	

ثانياً: العوامل الاجتماعية:

المؤشر	القائم بالاتصال (عبد العزيز بوتفليقة)
الذكاء الاجتماعي	حسن
	عادي
	جيد
التعاون	واضح في الخطاب
	غير واضح في الخطاب
التضامن	بارزة سماته
	غير بارزة سماته
التكافل	موجود من خلال الكلام
	غير موجود

ثالثاً: العوامل النفسية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
الانطواء	منطو
	منبسط
الانفعال(ضبط الفرد لانفعالاته)	ضابط لأنفعالاته
	غير ضابط لأنفعالاته
المزاج	جيد
	متقلب
	سيئ
اتجاه الفرد إزاء ذاته	ایجابي
	سلبي
اتجاه الفرد تجاه الجمهور	ایجابي

	سلبي	
	ثقة كبيرة	إدراك الفرد لذاته: الثقة بالنفس
	مرتبك	
	غير واثق	
	قوية	إدراك الفرد لذاته: الشخصية
	ضعيفة	
	أيجابي	الادراك الموضوعي المعمق: الحياد
	سلبي	
	موجود في الخطاب	الإدراك الموضوعي المعمق (التحليل الصحيح للأمور)
	غير موجود	
	الفرح	الإحساس بمشاعر الآخرين
	الحزن	

رابعاً: العوامل العقلية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
الذكاء	عال
	جيد
	متوسط
	محدد
	ضعيف
قدرات خاصة	التعبير الجيد
	اجادة الشعر
	الموسيقى
	الرياضة
	القدرة على التركيز
	القدرة على التكيف
	الدقة
الاستخدام الجيد للغة: المعاني المتعدد للكلمات	معاني الكلمات

	المترادفات والمتضادات	
	النورية(ما وراء الكلام)	
	لغة موجهة للرجال	الاستخدام الجيد للغة: مراعاة لغة الجمهور المخاطب
	لغة موجهة للنساء	
	لغة موجهة للأطفال	
	واضحة في محتوى الخطاب	الاستخدام الصحيح للغة: مراعاة خبرات وتجارب المستمعين
	غير واضحة في نص الخطاب	

خامساً: الأساليب الاتصالية غير اللغوية:

المؤشرات	القائم بالاتصال
المظاهر: القامة	طويلة(1,95 .1,75 م)
المظاهر: اللباس	متوسطة(1,74-1,55 م)
نبرة الصوت	قصيرة(اقل من 1 ,55 م)
نبرة الصوت	رسمي (كلاسيك)
حجم الصوت	غير رسمي (معاصر أو شبابي)
حجم الصوت	ديني
قوي	حادة
مناسب	جدية
ضعيف	مناسبة

	منتصب على القدمين	وضع الوقوف
	مرتكز على قدم واحدة	
	مائل على اليد اليمنى	
	مائل على اليد اليسرى	
	جلسة انقباض	الجلسة
	جلسة امتداد	
	جلسة اقتراب (مشاركة)	
	جلسة استناد	
	جامدة	نظارات العين: حركة العين
	كثيرة الحركة	
	مبشرة	
	فارغة	نظارات العين: تعابيرات العين
	متتبعة	
	شديدة القوة	
	إلى الأرض	نظارات العين: اتجاه النظرة
	إلى شيء مكتوب	
	إلى السماء	
	إلى الجمهور(المستمعون أو المشاهدون)	
	بطني	
	صدرى	التنفس
	مستوى شخصي	
	ضاحكة	
	ساخرة	الابتسامة
	احترام	

	تحدي	
	ذهبابا وإيابا	كيفية التحرك
	متجول	
	فروضوي	
	ناقلة لرسالة	الحركات والإيماءات
	دالة على إعادة معلومة	
	تقوي النقاش	
	ترجم افعال	
	تدل على حالات	
	داخلية	
	للفرحة	تعابيرات الوجه
	للدهشة	
	للغضب	
	للحروف	
	للكآبة	
	للقلق	
	لرعب	
	لرضا	
	للاهتمام	
	مبادر بالتحية	البدء بالتحية
	متأخر	
	رافض	
	القائم بالاتصال	المؤشرات
	زاوية أمامية	زوايا التصوير
	زاوية خلفية	
	زاوية علوية	
	زاوية سفلية	

	زاوية جانبية	
	ثابتة	ثبت وحركة الكاميرا
	متحركة	
	قليلة الحركة	
	كثيرة الحركة	
	نحو الخطيب	اتجاه الكاميرا
	نحو الجمهور	
	مزدوجة	
	نحو شيء آخر	
	زاوية غطسية	مستويات التصوير
	زاوية ضد غطسية	

الملخص باللغة العربية :

لقد أصبحت وسائل الإعلام على درجة كبيرة من الأهمية، والخطورة في الوقت نفسه، فقد باتت نظاماً قائماً بذاته، يؤثر ويتأثر، ويتفاعل مع غيره من الأنظمة في إطار السياق الاجتماعي، والتي من أمثلتها السياسة، إذ لها من القوة ما يجعلهما قادرين على تغيير أنماط التفكير ونماذج السلوك، وطق العيش، وزرع ثقافات جديدة تتماشى مع ما إرادته وسائل الإعلام والجهات الواقفة وراءها، وقدرة وسائل الإعلام تكمن في إمكانية تحويل المجردات إلى محسوسات، وإعادة تركيب الواقع في مشاهد مفبركة وغالطة تجعل المشاهد أو المتلقى يجزم بصحتها، وهذا ما أفرزته التكنولوجيا، خاصة تكنولوجيا الاتصال على فترات متعددة ومستمرة من تطورها.

والعلاقة التي تربط بين الإعلام والسياسة هي علاقة ارتباطية ، فحيث توجد السياسة، فلا بد من وجود الإعلام ، إذ لا سياسة دون إعلام ، و لا إعلام بدون سياسة ، وقد يرى البعض أن هذا يصدق على هذا العصر الذي نعيش فيه، و الذي يعرف بعصر الإعلام و الاتصالات والمعلومات ، غير أن الحقيقة بخلاف ذلك ، فال التاريخ يقدم لنا الأدلة الواضحة على صدق هذه الفكرة ، بحيث أنه إذا كان لكل عصر من العصور قضيائين الرئيسية التي يتمحور حولها فكر ذلك العصر ، وتحتم بها سياسة هذا العصر ، فإنه كذلك يوجد الإعلام الذي يعبر عن قضيائيا كل عصر و سياسته ، ولا نغالي عندما نقول بأن الإعلام يمكن أن يقدم مادة علمية ثرية كافية للعديد من جوانب العمليات السياسية المختلفة، و التي تحدث في شتى المجتمعات الإنسانية، الأمر الذي يؤدي إلى إثراء الأفراد بالمعرفة السياسية.

وتكون أهمية الإعلام في أن الإنسان نشأ أو ولد بهذه الرغبة ، فهو إعلامي و يبحث عن الإعلام بطبيعة، وأيضاً لأن الإعلام هو الطريقة الوحيدة لمعرفة الأخبار والمستجدات والمعلومات التي من خلالها يستطيع الإنسان أن يقلد بني جنسه، ويتطور وبالتالي كما أنه بتواصله مع الغير يستطيعمواصلة الحياة لأن الإنسان اجتماعي بطبيعة . ومن بين الأخبار والمستجدات التي يعمل الفرد على معرفتها والاستعلام حولها الأخبار السياسية التي تخص مجتمعه والمنظومة الاجتماعية بجميع مكوناتها، حتى يستطيع أن يفهم واقعه ويحدد مكانه بين الجماعة، والتي كثيراً ما يعتمد على وسائل الإعلام للوصول إليها، بعض النظر عن أنواعها المختلفة.

وتعمل وسائل الإعلام في هذه الناحية بشكل فعال خاصة في الأزمات السياسية، والمؤافقات والمناسبات، ومن بين المناسبات السياسية الأكثر وضوحاً بالنسبة للفرد العادي والتي يستطيع أن يرى مكانه فيها ، ويشترك فيها بشكل واضح وجلي ، الانتخابات، والتي عاشتها الجزائر كثيراً من المرات باعتبار أنها تتبنى النظام السياسي الديمقراطي ، ولعل أبرزها الانتخابات الأخيرة التي لقيت جدلاً كبيراً من قبل النقاد

والمهتمين بالسياسة، من حيث نسبة المشاركة السياسية من قبل الأفراد التي كانت مرتفعة جداً والتي وصلت إلى الالثان والثمانون بالمائة، والتي لم يسبق لها مثيل في الجزائر، وأيضاً بالنسبة لنسبة الأصوات التي حاز عليها المرشح لعهدة ثالثة على التوالي الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، وللوصول إلى أوجها عن أسباب هذه الإرتفاعات والتغيرات السياسية القياسية طرحتنا التساؤل التالي:

هل لوسائل الإعلام المرئي دور في التأثير على المشاركة السياسية؟ وما هي أساليب واستراتيجيات وسائل الإعلام المرئي (السمعي البصري) للتأثير على المشاركة السياسية لدى الأفراد؟

وقد تفرعت عن هذا التساؤل الأسئلة التالية:

* ما هي أسباب ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009؟ هل للتلفزيون دور في تحقيق هذه النسبة أم أن هناك آليات أخرى ساهمت في ذلك؟ وما هي أهم أساليبها في المشاركة السياسية عامة و في المشاركة الانتخابية خصوصاً (في الجزائر كنموذج)؟

وما هو سبب ارتفاع نسبة التصويت على الرئيس بوتفليقة مقارنة بمنافسيه الستة؟

وبناء على هذه الإشكالية والأسئلة المتفرعة عنها نقوم بصياغة الفرضيات التالية:

- توجد علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام المرئي والمشاركة السياسية.

- تتعدد أساليب الإعلام المرئي في التأثير على المشاركة السياسية بين الأساليب السياسية البحتة، الإعلامية الاتصالية ، و الشخصية.

- قد يرجع ارتفاع نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009 إلى التركيز الكبير على وسائل الإعلام المرئية خاصة التلفزيون.

وقد استخدمنا التحليل السيميومي كمنهج وكأداة للحصول على البيانات التي ترمي إليها الدراسة.

أما بالنسبة لمجتمع البحث فتمثل في مجمع خطابات الرئيس بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009، التي تناولنا بالتحليل منها خطابين فقط كعينة عشوائية منتظمة، واللذان هما خطاب باتنة، وخطاب بشار.

وبعد التحليل السيميومي كدراسة تطبيقية ، والدراسة النظرية توصلنا إلى النتائج التالية:

1- تلعب وسائل الإعلام المرئي دوراً كبيراً وفعلاً في التأثير على المشاركة السياسية لدى الأفراد خاصة "الانتخاب" الذي هو الشكل الأوضح لها في نظر الجميع، والأكثر ممارسة من طرف المواطن العادي.

2-لوسائل الإعلام عامة والتلفزيون كوسيلة إعلام مرئية خاصة دور بالغ الأهمية في تقرير السياسية من الفرد، وجعل الفرد مشاركاً فعالاً في العملية السياسية، وهذا من خلال عرض، أو بث المعلومات والمواضيع السياسية التي تهم الفرد صوتاً وصورة.

3-يسطيع التلفزيون من بين أجهزة أو وسائل الإعلام المرئي، التأثير بشكل واسع ودقيق على الفرد فيما يخص مشاركته السياسية، وإقناعه بتغيير اتجاهاته أو دعمها، من خلال عدة استراتيجيات وأساليب، تم التوصل إليها.

4-الاتصال المواجهي بين الخطيب والمتلقي أحدث تفاعلاً كبيراً وثقة أكبر بين الخطيب وجمهوره، كما أن هذا التفاعل الذي أظهره التلفزيون أو نقله إلى الجمهور الواسع، ولد بالضرورة تأييداً كبيراً من طرف الجمهور العريض، لأن الشيء الذي يرى ويسمع يصدق. وهذا ما أدى إلى ارتفاع نسبة التصويت على شخص المرشح (الخطيب)، الذي أدى بدوره إلى ارتفاع نسبة المشاركة السياسية.

5-كثرة التكرارات التي استخدمها الخطيب أدت إلى الترسخ، وشد الانتباه، وبالتالي التأثير على المشاهد، وهذا عن طريق الصوت والصورة، على عكس لو كانت هذه التكرارات مكتوبة على الورق، هنا ما أبرز مدى تأثير التلفزيون. فمجيئها بالصوت مصاحبة لملامح وانفعالات الوجه جعلها ذات تأثير كبير.

6-استخدام اللغة الممزوجة، (المزدوجة) التي زاوج فيها بين اللغة العربية الفصحى، ولغة بنى بلده، والتي هي اللغة الدارجة أو العامية أدى إلى نقل الرسالة إلى عدد كبير من المواطنين، كما أنه كانت للخطيب الحرية في الإرتجال و التعبير عن أفكاره وإبلاغها. عكس المكتوب الذي يلزم اللغة المنتظمة.

7-استطاع التلفزيون أن يوصل كل ما قدمه الخطيب على أرض الواقع، إلى عامة الشعب، دون زيادة أو نقصان ، وهذا أمر أساسي ، ساهم بشكل كبير في عملية الإقناع، وباعتبار أن الإنسان لا يصدق شيء مئة بالمائة إلا إذا رأه بأم عينه، فالتلفزيون قد قام بهذا الدور. واستطاع أن يوسع دائرة الحديث من إطار ضيق إلى آخر واسع ، وإنقاض أكبر عدد ممكن من الناس بالتصويت والمشاركة السياسية، فقد نقل كلام الخطيب إلى أذهان وأنظار كل من لهم اهتمام بذلك وبالتالي وسع من دائرة المشاركة السياسية.

8-من خلال طريقة التصوير و زوايا التصوير، والتركيز على أكثر العناصر تأثيراً، ولفتاً للانتباه، كتوجيه الكاميرا إلى شخص الرئيس في الموقف التي يكون فيها منفعلاً، وعند استخدامه لإشارات وإيماءات معبرة، وعند التحدث عن موضوع مهم، أيضاً توجيه الكاميرا نحو الشعارات الألسنية، أيضاً نحو الجمهور، وتحريك الكاميرا من أقصى اليمين، إلى أقصى اليسار، والعكس، وبزاوية شمولية، وبصفة عامة نقل الواقع الخطابي بحذافيره، ساهم بشكل كبير في التأثير على الجمهور وإقناعه بأفكار الخطيب،

يمكن القول أخيراً أن الجمع بين السمات و المهارات الشخصية، وبين الطرق الإعلامية والسياسية يؤدي إلى الإقناع بشكل كبير وقد يكون حتمي و مسلم به ، كما يؤدي إلى تحقيق أغراض الاتصال والأهداف التي أعدت من أجلها الرسائل والمضامين بغض النظر عن طبيعتها و نوعها، سواء كانت سياسية أو إعلامية، أو ذات نوع آخر، هذا دون إهمال حسن تخطيط صياغة الرسائل و التوفيق في اختيار الوسيلة الملائمة، حيث أنها في المضمون الذي بين أيدينا وجدنا أن انساب وسيلة هي التلفزيون لتحقيق الغرض الاتصالي من وراء الخطاب والوصول إلى المدف الأساسي.

Résumé :

L'outil médiatique est devenu très important, mais très dangereux à la fois il s'agit d'un système indépendant qui est en interaction avec d'autre système tel que le système politique ; et ce dans un contexte social bien déterminé.

Ces deux système sont capable de changer le mode réflexion ; le mode de comportement ; et le style de vie tout en courageant de nouvelles cultures compatibles avec le système médiatique.

La force des moyens médiatiques réside en leur capacité transformer ce qui est abstrait en une réalité et a reconstituer un fait réel sous forme d'un scenario artificiel grâce aux progrès enregistrés dans le domaine des technologies de l'information.

La relation entre medias et politique n'est pas a démontrer en ce sens que l'un ne peut aller sans l'autre dans une société d'information.

Cette relation a été confirmé a travers l'histoire des sociétés humaines dans la mesure ,ou chaque époque avait ses propres préoccupations politiques, et ses propres systèmes d'informations ainsi les medias peuvent découvrir tous les aspects du processus politique dans une société donnée ; ce qui permet d'enrichir les connaissances dans ce domaine.

L'homme ; par sa nature sociale ; s'intéresse a l'information qui lui permet d'être au même niveau d'évolution partagé par la société des humains, et ce qu'il puisse évoluer avec elle.

Parmi les informations recherchées par l'homme ; on trouve l'information politique qui revêt une grande importance et qui concerne le système social en toutes ses composantes ce type d'information permet a l'individu de bien comprendre son statut social.

En ce qui concerne le cas de l'Algérie ; les medias ont toujours joué leur rôle dans le domaine de la politique et notamment quand il s'est agit d'une crise politique ou d'une prise de position a cet égard la presse algérienne a permis aux algériens de participer activement au élections présidentielles qui représentent un processus démocratique.

Les dernières élections présidentielles qui ont connu un taux de participation de « 82% » et qui ont permis au président « Bouteflika » de décrocher un troisième mondât ont fait l'objet d'une grande critique de la part de politiciens.

Pour comprendre les raisons de ce taux élevé de participation aux derniers élection on se propose de poser les questions suivantes :

Le système médiatique algérien ; avait-il un impact sur cette participation politique ? et si c'est affirmatif ; ou elles sont les méthodes et stratégies utilisées dans ce cadre de l'information audiovisuelle pour exercer une influence considérable sur cette participation politique ?

Ces deux questions nous conduisent a leur a poser d'autres questions comme par exemple :

Quelles ont été les raisons de la hausse du taux de la participation politique aux élections présidentielles algériennes 2009?

La télévision a-t-elle joué un rôle dans cette participation ;ou y'avait-il d'autres mécanismes qui ont contribué a la réalisation de cette participation ?et quels sont les styles de participation politique de ces mécanismes dans le domaine électorale ?(l'Algérie comme model) ?

Quelles sont les raisons de la hausse du nombre des voix en faveur de « Bouteflika » par rapport a les concurrents politiques ?

A la base de cette problématique on peut formuler les hypothèses suivantes :

- Il existe une forte corrélation entre medias audiovisuelles et participation politique.
- L'influence médiatique audiovisuelle sur la participation politique prend une forme politique ; médiatique et informationnelle ainsi que personnelle.
- La hausse du taux de participation politique aux élections présidentielles algériennes de 2009 peut être attribuée au Grant rôle joué par la télévision.

Dans le cadre de cette étude; nous ayant mené l'analyse sémiologique comme méthode et outil en vue d'obtenir les données qui correspondent a notre thème.

En ce qui concerne la population objet de notre étude ; nous avons choisi un échantillon aléatoire régulier représentant deux discours du président ; celui de « Batna » ,et celui de « Bechar ».

Suite a une étude théorique et pratique ;nous avons abouti aux conclusions suivantes :

1. Les medias audio-visuels jouent un rôle très important dans le domaine de la participation politique et notamment quand il s'agit d'élection.
2. La télévision est le moyen médiatique audiovisuel qui permet de rapprocher l'individu du domaine politique en lui permettant de participer efficacement au processus politique a travers la diffusion des débats politiques qui intéressent le citoyen.
3. La télévision peut également inciter le citoyen a changer ses orientations politiques et ce a travers plusieurs stratégies.

4. Le contact directe entre l'interlocuteur et son public crée un clémat de confiance et c'est ce facteur qui a été à l'origine de la hausse du taux de participation aux élections en faveur du président Bouteflika.
5. À la différence de la presse ; la télévision ; avec ses images répétées ; exerce plus d'influence sur l'esprit de l'individu.
6. La télévision utilise une langue officielle (l'arabe) et le dialecte local ce qui permet au message politique d'atteindre la quasi-totalité de la population.
7. Grâce à ses caractéristiques audiovisuelles ; la télévision a pu diffuser ; d'une façon très fiable ; tous les discours et propagandes politiques ce qui permet d'atteindre un taux de participation très élevé.
8. La télévision ; dans diffusion ; s'appuie sur des caméras qui attire l'attention sur les relations émotionnelles du président lors de son discours et ce pour mettre l'action sur ses idées et ses orientations politiques.

Abstract:

The Media have become very important and dangerous at the same time; it is an independent system that interacts with other systems such as the political system within the social context.

Both systems are capable of changing the thoughts and models of behaviours. The strength of the media lies in their ability to transform what's abstract to a reality and reconstruct a reality in the form of an artificial scenario.

This is thanks to the advances in the field of information and technology.

There is a close relationship between the media and politics in the sense that they go together can't be separated in a so called information society.

History provides us with clear proofs of the truthfulness of this idea. Every age had its own information system. We don't really exaggerate if we say that the media provide us with the scientific tools that reveal all the aspects and policies of every age . This enrich the political knowledge.

The Media are particularly important during periods of political crises and during elections too the citizens can express themselves.

In Algeria ;the Media played an important role in a political events .The last presidential election which scored a participation of 82% and that allowed president Bouteflika to win a third mandate; was severely criticized by polititicians.

To understand the reasons behind this high rate of participation in these elections we ask the following questions:

-Did the media and particularly the audio-visual have an impact on this political participation?

- And what are the methods and the strategies used by the Media? "Audio-Visual" in exerting a considerable influence on the political participation?

These questions may lead us to ask other questions:

- What were the reasons of such high rate of political participation in the field? (Algeria as a model)
- What are the reasons for the increase in the number of voters in favour of Bouteflika in comparison with the other political rivals?

On the basis of this problematic we can formulate the following hypotheses:

- There is a strong correlation between the audio-visual media and the political participation
The influence of the audio-visual media on the political participation took a political form as well as personal one.
- The high rate of political participation in the 2009 presidential elections was due to the focus on the audio-visual and particularly TV.

In this study we conducted the semiotic analysis as a method to obtain Concerning the subject of our study, we selected a random sample representing two speeches of the president that of "Batna" and of "Bachar"

Following a theoretical and a practical study we have reached the following conclusions:

- 1- The audio-visual media play an important role in the field of political participation particularly when it comes to elections.
- 2- Television as an audio-visual medium allows the individuals to participate in the political process through the broadcasting of information and organization of political debates

3- Television can also encourage the citizen to change his political guidelines and his through several strategies .

4- The close contact between the orator and his audience led to a climate of confidence and thus to the high rate of participation in favor of the president Bouteflika.

5- contrary to the written press, TV with its pictures and various repetitions had a great impact on viewers .

6- The use of both the official and the colloquie version of Arabic helped to a large extend in transmitting his message to number of the population.

7- Thanks to its audio-visual features , TV helped in persuading people to vote and widening the political participation
The focus of the cameras on the president gestures and facial expressions when talking about important topic and movie the camera from the extreme right had its impact on the audience.

Finally we can say that the combination of the traits and personal skills and the methods.