



المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي

-تيسمسيلت-

معهد العلوم القانونية والإدارية

قسم العلوم السياسية



الدعاية السياسية للأحزاب في الإنتخابات

حزب جبهة التحرير الوطني نموذجاً

إشراف الأستاذ:

د.غانس محمد

إعداد الطلبة :

✓ فتيحة دادون

✓ فوزية حناف

لجنة المناقشة:

عضوا مناقشا	المركز الجامعي تيسمسيلت	د/سعدى عائشة
رئيسا	المركز الجامعي تيسمسيلت	د/ بته الطيب
مشرفا و مقررا	المركز الجامعي تيسمسيلت	د/غانس محمد

السنة الجامعية: 2018/ 2019 م

إهداء:

إلى والداي اللذان ضحيا بالنفس والنفيس من أجلي منذ
نعومة أظفري

إلى رفيق دربي زوجي الغالي

إلى من لا أتخيل حياتي بدونهم إخواني وأخواتي وأولاد أختي

إلى صديقتي نوال وجمانة وخيرة وأماني ونعيمة

إلى كل من أحبه قلبي ولم يكتبه قلبي

إليكم أهدي ثمرة جهدي المتواضع

فتيحة

إهداء:

أهدي هذا العمل إلى قرة عيني ومهجة حياتي، إلى من ربّني وأنارت
دربي وأعانتني بالصلوات، إلى أغلى إنسانة في الوجود

أمي العزيزة

إلى من كان سنداً وعوناً في حياتي

أبي الغالي

إلى من لا أتخيل حياتي من دونهم أخواني: فتيحة، جهيدة، حورية
إلى كلمات رقيقة، لحظات جنون رفقاء عمري: نادية، أنور، خالد،

محمد، أمال، حنان

إلى روح غابت، إلى أخي: أمين ربي يرحموا ويوسع عليه

إلى أحبة ساندوني وشجعوني على الدوام

إليكم أحبتي... أهدي جهدي المتواضع

فوزية

شكر وعرفان

الشكر والحمد لله على نعمته هذه الذي وفقنا على إنهاء هذا العمل المتواضع

فالحمد لله كبيرا والشكر له كثيرا

وبكل امتنان تقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف أولا الأستاذ: غانس

محمد الذي أمدنا بنصائحه

ونعزز بتقديم تحية الشكر مأواها فائق الامتنان والتقدير للأستاذة سعدي

عائشة لما قدمته لنا من توجيه ومساعدة في سبيل إنجاز هذا العمل

دون أن ننسى أساتذة قسم العلوم السياسية الذين ساهموا في إنارة عقولنا

وإثراء حصيلتنا المعرفية وساعدونا للوصول إلى هذه المرحلة

فاللهم لك منا كل الشكر والثناء على نعمة الصبر والطاعة والولاء لك حمدا

لا نمل من ذكره حتى نلتقك في ساعة الصبح وأنت راض عنا يارب

والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى صلى الله عليه وسلم

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	فهرس المحتويات
VI	إهداء
VI	إهداء
VI	شكر وتقدير
VI	فهرس المحتويات
أل	مقدمة
64-22	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة
22	تمهيد
41-23	المبحث الأول: مفهوم الدعاية السياسية
23	المطلب الأول: التطور التاريخي للدعاية السياسية وتعريفها
28	المطلب الثاني: مواصفات وخصائص الدعاية السياسية
30	المطلب الثالث: أساليب ووسائل الدعاية السياسية
37	المطلب الرابع: شروط نجاح الدعاية السياسية وأنواعها
63-41	المبحث الثاني: مفهوم الأحزاب السياسية
41	المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للأحزاب السياسية
44	المطلب الثاني: نشأة وتطور ظاهرة الأحزاب في الجزائر
49	المطلب الثالث: تصنيف الأحزاب السياسية
51	المطلب الرابع: وظائف الأحزاب السياسية
65-54	المبحث الثالث: مفهوم الانتخابات
54	المطلب الأول: تعريف الانتخابات
56	المطلب الثاني: معايير نزاهة الانتخابات
59	المطلب الثالث: وظائف الانتخابات

61	المطلب الرابع: أهمية الانتخابات
63	خلاصة الفصل الأول
87-66	الفصل الثاني: الدعاية السياسية للأحزاب ودورها في الانتخابات بالجزائر
66	تمهيد
75-67	المبحث الأول: فاعلية الدعاية السياسية للأحزاب في المشاركة السياسية
67	المطلب الأول: المشاركة السياسية قراءة في المفهوم
69	المطلب الثاني: مستويات ومراحل المشاركة السياسية
71	المطلب الثالث: متطلبات وصور المشاركة السياسية
75	المطلب الرابع: علاقة الدعاية السياسية بالمشاركة السياسية
86-76	المبحث الثاني: مفهوم حرية التعبير والرأي
76	المطلب الأول: تعريف حرية الرأي والتعبير
78	المطلب الثاني: مظاهر الرأي العام والتعبير
83	المطلب الثالث: أهمية الرأي العام وحرية التعبير
85	المطلب الرابع: علاقة الدعاية السياسية بالرأي العام وحرية التعبير
87	خلاصة الفصل الثاني
101-89	الفصل الثالث: الدعاية السياسية للأحزاب لرئاسيات 2014 حالة
89	تمهيد
95-90	المبحث الأول: حزب جبهة التحرير الوطني
90	المطلب الأول: أسباب اختيار حزب جبهة التحرير الوطني كحزب وحيد للدولة
92	المطلب الثاني: بوادر التخلي عن حزب جبهة التحرير الوطني
101-95	المبحث الثاني: مجريات الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014
96	المطلب الأول: الحملة الانتخابية

100	المطلب الثاني: قراءة في شعارات الحملة الانتخابية الجزائرية 2014
103	خاتمة
107	ملخص
109	قائمة المصادر والمراجع
118	قائمة الملاحق

مقدمة

يتعذر في الوقت الحاضر الأخذ بنظام الديمقراطية المباشرة، والتي بموجبها يباشر فيها الشعب السلطة السياسية بطريقة مباشرة، الأمر الذي يدعوا إلى ضرورة إسناد ممارسة هذه السلطة إلى نواب أو ممثلين عن الشعب يمارسونها باسمه ولحسابه، والتي تعتبر مظهر ومبدأ من مبادئ الديمقراطية الغير مباشرة والتي تؤمن بمجتمع يسوده الاختلاف في الآراء والمصالح واحترام رأي الأغلبية وصيانة حقوق الأقلية والتداول السلمي على السلطة، ويترجم هذا الاختلاف والتداول في برامج وسياسات عامة تتبناها الأحزاب السياسية وتحوض على أساسها الانتخابات، التي تعتبر الوسيلة الوحيدة لإنشاء السلطة السياسية في الدولة، فبواسطتها يستطيع الشعب التدخل بشكل دوري ومنظم في تحديد ممثليه من خلال الاختيار بين البرامج السياسية المعروضة عليه.

أقر الفصل(21) من الميثاق العالمي لحقوق الإنسان أن"المجتمع له الحق بأن يشارك في تسيير شؤون بلده بطريقة مباشرة أو عن طريق ممثليه الذين يختارهم بحرية..."، وإن " إرادة الشعب أساس سلطة الحكم، ويتم التعبير عن هذه الإرادة عبر انتخابات دورية وحقيقية والتي يتعين أن تكون عن طريق الاقتراع العام والمتساوي وأن تتم عن طريق التصويت السري أو إجراءات حرة مماثلة..."¹، فالانتخابات إذا تشكل العمود الفقري للنظام السياسي الديمقراطي الحديث باعتبارها الأداة التي تمكن المحكومين من اختيار حكامهم، وإن حق الانتخاب يعود لكل مواطن ويمارسه وفقا للشروط المطلوبة وفقا لقانون الانتخاب الذي تعتمده الدولة.

تقوم الأحزاب السياسية بصياغة برامج انتخابية، كما تجند أعضائها من القمة إلى القاعدة لنشر وترويج هذه البرامج لدى الرأي العام، فتعرضها من خلال حملات دعائية انتخابية، تلك الفترة التي تسبق يوم الاقتراع بهدف حصد التأثير الجماهيري من اجل الفوز في الانتخابات، فتستعمل كل الوسائل المتاحة للدعاية لها والتضامن معها، إذ تعتبر الأحزاب السياسية الانتخابات حربا يباح فيها استخدام كافة الأسلحة والأساليب من أجل الوصول إلى السلطة، وكلما اقتربت فترة الاقتراع ازدادت المساعي الحثيثة لجذب أكبر عدد من الناخبين واستقطاب عدد أكبر من الأصوات.

¹- https://www.un.org/ar/universaire_déclaration_humainright.html. (16-07-2019(10:56).)

بروز الدعاية السياسية كأوضح وأقوى وسائل الاتصال السياسي، دفع بالأحزاب السياسية والمرشحين إلى وضع استراتيجيات لها، وهذه الاستراتيجيات لا بد أن تكون متكيفة مع الظروف المحيطة في ضوء البيئة السياسية التنافسية ووجود أكثر من حزب سياسي يسعى للحصول على أكبر عدد من الأصوات.

تبنت الأحزاب مفهوم الدعاية السياسية وقامت بتطبيقها في حملاتها السياسية بهدف الحصول على تأييد الناخبين وإقناع الجماهير الشعبية بالبرامج المطروحة مع توعية الأفراد بالإدلاء بأصواتهم وأن لا يكونوا سلبيي التعامل مع الظاهرة الانتخابية، بالإضافة إلى الهدف الرئيسي ألا وهو الفوز في الانتخابات والوصول إلى الحكم.

تعتمد الدعاية الانتخابية على مجموعة من التقنيات لإيصال المعلومة والأفكار إلى الناخبين، كما تؤدي إلى تعزيز وتنشيط اهتمامات المواطن بالسياسة وإقحامه في هذا المسار خاصة في فترة الانتخابات، مع تنشيط تداوله للمفردات السياسية كالانتخابات - الأحزاب السياسية - الدستور وغيرها مما يعزز الثقافة السياسية والانتخابية ويعزز وعي الناخب في التمييز والتدقيق بين البرامج الانتخابية وتحديد توجهات الكيانات والمرشحين من الأحزاب في الانتخابات، وبالنتيجة تعد الدعاية الانتخابية إجراء معززاً يدفع الناخبين للمشاركة السياسية، كما يدفع إلى خلق جو من المنافسة بين الأحزاب السياسية والمرشحين، وهذا ما يحدث من خلال التعارض في الحملات الدعائية السياسية وذلك بخلق حملات دعائية مضادة والمعارضة للحزب.

وعليه فالحملة الدعائية بالنسبة للجمهور تعتبر حدثاً بارزاً يتوجب متابعتها لاتخاذ القرار الصائب والمناسب عند التصويت، فالبث المتكرر للتصريحات السياسية والعرض المباشر للبرامج السياسية للأحزاب يسهل عليهم عملية الاختيار.

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى أهمية علمية وعملية وتتمثل فيما يلي:

الأهمية العلمية:

- دراسة الدعاية السياسية للأحزاب السياسية أحد الأنماط المعتمدة قبيل يوم الاقتراع.
- دراسة وتحليل العملية الانتخابية لكونها أحد مؤشرات النهج الديمقراطي.

- دراسة مدى تأثير الدعاية السياسية على النتائج الانتخابية وعلى مدى مشاركة المواطنين في الانتخابات.

الأهمية العملية:

- ضبط و تحديد الدعاية السياسية باعتبارها آلية اتصالية تهدف إلى إقناع الناخب بالتصويت في الانتخابات.
- إمكانية استفادة الأحزاب السياسية من الدراسة في تعديل العملية الدعائية بما يساهم في تعزيز مشاركة المواطن في العملية الانتخابية.
- ابتكار أساليب اتصالية من خلال الحملة الانتخابية والدعاية السياسية بإقناع الناخب للتوجه إلى صناديق الاقتراع والمشاركة في الانتخابات بصورة مباشرة.

أسباب اختيار الموضوع:

تتجلى أسباب اختيار الموضوع في أسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بموضوع الدعاية السياسية للأحزاب و حملات الدعاية الانتخابية.
- طبيعة التخصص الإدارة المحلية، حيث تعد الانتخابات والأحزاب السياسية أحد مواضيع هذا الحقل العلمي.

الأسباب الموضوعية:

- قلة ومحدودية الدراسات الأكاديمية والأبحاث التي تعنى بهذا الموضوع.
- الرغبة في إثراء موضوع الدعاية السياسية للأحزاب، وابتكار أساليب اتصالية ودعائية لدفع الناخبين للمشاركة في العملية الانتخابية.

أهداف الدراسة:

- معرفة مدى تأثير الحملات الدعائية على السلوك الانتخابي للفرد والنتائج الانتخابية وهذا بالنظر إلى المتغيرات التي ميزت الموعد الانتخابي أفريل 2019.
- الكشف عن واقع الحملات الدعائية للأحزاب في فترة ما قبل الاقتراع بالجزائر.
- الوقوف على دور وسائل الدعاية في الحملات الانتخابية وفي تنظيمها وسيرها.

- محاولة التعرف على دور الحملات الدعائية في تحسين مستوى المشاركة السياسية والتشجيع على حرية الرأي والتعبير.

إشكالية الدراسة:

بالنظر إلى الأهمية التي تمثلها الانتخابات باعتبارها أحد مؤشرات الديمقراطية وإحدى آليات المواطن في المشاركة السياسية، اقتضت الضرورة إلى حثه على المشاركة وتشجيعه للإدلاء بصوته بمجموعة من الآليات ومن هذه الآليات الدعاية السياسية.

ومنه نطرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدنتؤثر الدعاية السياسية للأحزاب على العملية الانتخابية لعام 2019؟.

الأسئلة الفرعية:

- ما مفهوم الدعاية السياسية وما الدور المنوط بها خلال فترة الانتخابات؟.
- ما مدى تأثير الدعاية السياسية على كل من المشاركة وحرية الرأي والتعبير؟.
- كيف يمكن للحملات الدعائية أن تؤثر على نجاح مرشح حزب جبهة التحرير الوطني في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019؟

فرضيات الدراسة:

- تؤثر الدعاية السياسية للأحزاب في الانتخابات بزيادة نسبة الأصوات والناخبين، وينعكس أثرها بنجاح العملية الانتخابية ومصداقيتها.
- كلما كانت الدعاية السياسية مقنعة زادت من المشاركة السياسية لأفراد المجتمع، ومنحتهم حرية أكبر للتعبير عن آرائهم.
- انخفاض عدد الأصوات لمرشح حزب جبهة التحرير الوطني لرئاسيات 2019 دليل على عدم فاعلية وتأثير الحملات الدعائية.

الدراسات السابقة:

إن استعراض البحوث والدراسات السابقة حول الموضوع، والتي قد تفيد الباحث في بناء أساس منهجي سليم، وإضافة قيمة معرفية للموضوع محل الدراسة وفيما يلي عرض لبعض الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة:

1-دراسة بن شيحة صحراوي، بعنوان: التسويق السياسي في الجماعات المحلية دراسة حالة الانتخابات المحلية(البلدية و الولائية) في الجزائر ليوم 29نوفبر2007، رسالة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة أبوبكر بالقايد تلمسان، سنة 2008/2009، منشورة، والتي عاجلت الإشكالية التالية: ما هي درجة تأثير الخصائص والسمات التي يتمتع بها المرشح السياسي على الناخبين ضمن السوق السياسي الذي يعملون فيه، والعناصر التي تؤدي إلى تغيير موقف الناخب قبل وأثناء عملية الاقتراع؟

وطرح الفرضية التالية: بناءا على مبادئ الديمقراطية السياسية والحكمانية (الحكم الراشد) والمحكومية، لنفرض أن المرشحين أو الأحزاب السياسية يتبعون هذه النماذج ضمنا من أجل الوقوف على حقيقة موقف الناخبين من الحزب أو المرشحين السياسيين وبالتالي يمكن تحديد نقاط القوة التي يتمتعون بها من أجل تقويتها والتركيز عليها في الحملات الدعائية السياسية وكذلك نقاط الضعف من أجل معالجتها بشكل صحيح قبل موعد الانتخابات بما يضمن كسب أكبر عدد من أصوات الناخبين وفي هذه الحالة نفرض أن المرشحين والأحزاب لا بد أن يتبعوا النماذج العلمية الملائمة لإعداد الإستراتيجيات التسويقية السياسية المعمول بها في الحملات الانتخابية للتأثير على البيئة السياسية.

وقسم الدراسة إلى أربعة فصول، تناول في الفصل الأول مفهوم علم السياسة وأبعاده بالإضافة إلى الديمقراطية بإطارها السياسي والانتخابات التي تعتبر أساسا لها، أما الفصل الثاني فقد تطرق إلى الأسس العلمية والأمثلة التطبيقية للتسويق السياسي في إطار بيئي وإداري واجتماعي، وفيما يخص الفصل الثالث ذكر فيه الاتصال السياسي ومدى أهميته في العملية السياسية، ليجري في الفصل الأخير استطلاعاً للرأي العام قبل إجراء الانتخابات المحلية لمعرفة موقف الناخب الجزائري من الانتخابات المجرات آنذاك.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:



- تم إدخال تقنيات وأساليب التسويق على السياسة في النصف الثاني من القرن العشرين، وهي عملية تخص عادة الأفكار باعتبار العملية الانتخابية وسيلة للتعبير عن أفكار دون أخرى.

- اعتبار التسويق السياسي عملية اتصال معقدة، والبيئة السياسية في الجزائر غير مهيأة لاستعمال تقنيات وأساليب هذه العملية لأنها خاضعة لهيمنة حزب جبهة التحرير الوطني.

- فشل كل محاولات وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في تصحيح صورة البيئة السياسية في الجزائر بسبب التزامها بالنهج الرسمي للسلطة الذي أفقدها مبدأ المصادقية وأثر سلبا على دورها في إقناع الناخبين بالمشاركة في الانتخابات.

- حزب جبهة التحرير الوطني هو المتهم رقم واحد من طرف كل الأحزاب السياسية والناخبين لأنه الحزب الوحيد الذي حكم البلاد منذ الاستقلال ومازال يحكمها إلى حد الآن وبالتالي هو المسؤول عن الأوضاع التي يعيشها المجتمع الجزائري.

2- دراسة عبيد مزيانة، بعنوان: **تطور نظام الأحزاب في الجزائر، رسالة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، سنة 2016/2017**، منشورة والتي عالجت الإشكالية التالية :

مامد تأثير النظام السياسي على تطور النظام الحزبي في الجزائر؟

وقسمت الدراسة إلى فصلين، حيث تناول الفصل الأول دراسة للنشاط السياسي في الجزائر في الفترة الممتدة من الاستقلال إلى غاية أحداث أكتوبر 1988، أما الفصل الثاني فتطرق إلى الأسباب التي أدت إلى الانتقال إلى التعددية الحزبية وكذا الإطار الدستوري والقانوني للتعددية الحزبية في الجزائر.

من النتائج التي تم التوصل إليها ما يلي:

- نظام الحكم خلال الفترة الممتدة من الاستقلال إلى غاية أحداث أكتوبر 1988 طغى عليه فرض السلطة الفعلية بالقوة تحت غطاء ضرورة مواجهة مخلفات الاستعمار.

- سيطرة الطابع السلطوي على النظام السياسي الجزائري منذ الاستقلال إلى اليوم، كون النظام فيها يعتمد على شخصنة السلطة سواء في فترة الأحادية أو التعددية الحزبية.

- عدم نجاح الأحزاب السياسية الجزائرية في التحول إلى التنظيمات المستقلة تقوم بدور فعال في المشاركة السياسية، وهذا يرجع إلى العقبات والتحديات التي تواجه عمل الحزب ودور البيئة السياسية وتأثيرها على أداء الحزب.

- محاولة المشرع الجزائري تكريس مبدأ احتواء المعارضة وجعلها جزءا من النظام السياسي من خلال التعديل الدستوري لسنة 2016 من خلال نص المادة 114 منه.

3-دراسة بن مالك بشير، بعنوان: نظام الانتخابات الرئاسية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة أوبوكر بلقايد-تلمسان، سنة 2010/2011، منشورة ، والتي تناولت الإشكالية التالية:

إنفكرة الالتزام الدستوري بإجراء انتخابات رئاسية منتظمة كآلية للتحويل الديمقراطي يمكن أن تشكل لحمة هذه الدراسة وشرارتها.

وبطبيعة الحال، إن هذه المقاربة رغم أنها صحيحة إلا أنها لا تعكس كل الواقع السياسي والقانوني الجزائري لاسيما قبل إجراء أول انتخابات رئاسية تعددية، فالجميع يعلم أن هذه الانتخابات جرت بعد أكثر من ست سنوات من اعتماد أول دستور تعددي يأمر بإجراء الانتخابات الرئاسية بشكل دوري ومنتظم.

إن شغل المؤسس الدستوري الشاغل كان ولا يزال أن يأتمر الحاكم بأمر السلطة التأسيسية بالدرجة الأولى في شأن إرجاع المهمة الانتخابية الرئاسية إلى مصدرها كلما استلزمت القاعدة الدستورية ذلك حتى يتسنى لهيئة الناخبين أن تتصرف فيها بمعرفتها فتعهد بها إلى من يحقق آمالها ويصون مصالحها. لكن مثل هذا الالتزام الذي تعسر التقيد به في البداية فرض ذاته بعد ذلك لما شوهد عدم وجود تحديد على آمان الجمهورية والديمقراطية.

قسمت الدراسة إلى قسمين، تناول في القسم الأول النظرية العامة للالتزام بإجراء انتخاب رئيس الجمهورية، أما القسم الثاني فيعالج العملية الانتخابية بمفهومها الواسع.

ومن أهم النتائج التي تم توصل إليها الباحث في هذه الدراسة:

-الالتزام الوارد في الدستور وضمننا والقاضٍ بـ_____يرد المهمة الانتخابية الرئاسية_____ية إلى الهيئة الناخبين بمجرد حلول أجلها الدستور يلزمير تبالمؤسسالدس_____تور يعلم مخالفته جزاءا صريحا يتناسب مع قدسية_____ية حقها هيئة ذاتها فإيا تنتخب رئيسا لجمهورية بشكل دوري ومنتظم.

-الدستور لا يأذن بانبياش رئيسا لجمهورية المنتخب مهامه ولا يؤدي اليمين إلا خلال الأسبوع الذي يلي انتخابه، وهذا معناه أنه بمجرد أداء اليمين من قبل رئيس الجمهورية المنتخب تنقضي سلطات من كان يتولى المهام الرئاسية قبله وبالتالي لا تتعرض الاستمرارية الرئاسية للتوقف والانقطاع.

-أقر المؤسس الدستوري ضمنا القاعدة الجامعة بين وظيفة رئيس الجمهورية وصفة الترشح لانتخاب رئيس الجمهورية، ذلك لعدم المساس باستقرار الوظيفة الرئاسية.

-تميزت الانتخابات الرئاسية التي جرت بتأسيس لجنة وطنية سياسية ذات فروع محلية لمراقبة قانونية لسير الحملات الانتخابية.

4-دراسة غطاس عبد الرزاق، بعنوان: دور الحملة الانتخابية في الحد من العزوف الانتخابي دراسة حالة الانتخابات الرئاسية 2014 بالجزائر، رسالة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، سنة 2015/2016، منشورة، والتي تناولت الإشكالية التالية: كيف يمكن للحملة الانتخابية أن تعزز المشاركة الانتخابية ؟

ومامدنا انعكاس أداء الحملة الانتخابية لمرشحين الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014 على السلوك الامتناعي ؟

وطرح الفرضيات التالية:

- 1-مدخلات العملية الانتخابية هي المحدد للسلوك الانتخابي.
- 2-حسناً أداء الحملة الانتخابية يعزز المشاركة الانتخابية ويحددنا العزوف الانتخابي.
- 3-انخفاض مؤثر المشاركة الانتخابية للرئاسيات 2014 انعكاس لأداء الحملة الانتخابية للمرشحين.

لمعالجة الإشكالية المطروحة والتحقق من الفرضيات المقترحة، قسم الباحث دراسته إلى ثلاثة فصول، يمثل الفصل الأول الإطار المفاهيمي للانتخابات والسلوك الانتخابي، أما الفصل الثاني فتضمن دراسة للحملة الانتخابية باعتبارها أحد آليات المشاركة الانتخابية، ليتناول في الفصل الأخير الشق الميداني الذي تم فيه دراسة الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014.

من أهم النتائج التي توصل إليها ما يلي:

- تنميط الرسالة الانتخابية وأدائها من قبل إدارة حملة المرشحين، أفضى إلى عدم وضوح الرسالة الانتخابية وعدم وصولها خصوصا إلى الفئات التي تعزف عن الانتخاب عادة.
- عدم واقعية الوعود الانتخابية دفع بفئات انتخابية واسعة إلى العزوف عن الانتخاب، نتيجة لعدم اقتناعهم بإمكانية تحقيقها.

-ضعف انتشار الأحزاب السياسية على كافة التراب الوطني حرم إدارات المرشحين من إمكانية الاتصال بجميع الفئات الانتخابية خصوصا جغرافيا، وهو ما ساهم في ارتفاع مؤشر العزوف الانتخابي.
-عدم ديناميكية إدارات الحملة الانتخابية للمرشحين منعها من التفاعل مع التطورات والمستجدات أثناء الحملة الانتخابية، وهو ما أدى إلى عدم تجاوب الرسالة الانتخابية مع المستجدات الطارئة.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: دور متغير الدعاية السياسية للأحزاب في التأثير على الانتخابات.
- الحدود الزمنية: رئاسيات 2014.
- الحدود المكانية: الجزائر.

اقترابات الدراسة:

1- الاقتراب الاتصالي:

مصطلح الاتصال هو مفهوم شائع في العديد من العلوم وقد قامت كل من علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية باستعارته من علم النفس الاجتماعي فتعددت تعريفاته ومن هذه التعريفات أحمد رشتي جيهان حيث قال بأنه: " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل ورسالة - كائنات حية أو بشر وآلات- في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل الأفكار والمعلومات عن قضية معينة أو واقع معين".¹

استخدمنا هذا الاقتراب لدراسة الحملة الانتخابية وربط تفاعل العلاقات بين الرسالة الاتصالية للمرسل (حزب/مرشح) والمستقبل ممثلا في الناخب واستجابة هذا الأخير

مع الرسالة الاتصالية، وباعتبار موضوع الدراسة عبارة عن رسالة ووسيلة يستخدمها الإنسان لتنظيم وتغيير حياته ونقل أشكالها ومعناها عن طريق التعبير.

المنهج المتبع:

1-المنهج التاريخي:

¹-عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط02، 2010)، ص.163.

يعرف المنهج التاريخي بأنه المنهج الذي يقوم بإحياء الأحداث التي حصلت في الزمن الماضي، وذلك من خلال جمع البيانات المطلوبة وتحليلها، والتأكد من صحتها.¹

كما يعرف بأنه البحث الذي يصل ويصف ويسجل الأحداث التي وقعت في الزمن الماضي، ويقوم بدراستها وتحليلها وفق مجموعة من الأسس المنهجية.²

استخدمنا المنهج التاريخي باعتبار أن ظهور ونشأة متغيرات الدراسة المتمثلة في كل من الدعاية السياسية والأحزاب السياسية والانتخابات ارتبطت بأحداث تاريخية، فلا يمكن تفسير العلاقة بينهم بدون التطرق إلى سوابقهم التاريخية والحوادث التي أدت لظهورهم.

2- المنهج الوصفي:

يعد المنهج الوصفي من بين المناهج العلمية الأكثر شيوعا واستخداما في العلوم السياسية بسبب سهولته ووضوح خطواته، ولصعوبة استخدام المنهج التجريبي في هذا العلم.³

يعرف المنهج الوصفي على أنه: " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة".⁴

وهناك من يعرفه بأنه: " يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة، والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها، ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها".⁵

وهناك من يرى أن البحوث الوصفية بحوث تركز على دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بوصف سمات وخصائص المجتمع.¹

¹ - أكاديمية الوفاق، "تعريف المنهج التاريخي ومميزاته وعبويه وأهميته في البحث العلمي"، في: [http://wefaak.com/amp/المنهج التاريخي](http://wefaak.com/amp/المنهج%20التاريخي) تاريخ الإطلاع: (15-03-2019)، (13:45).

² - المكان نفسه.

³ - عبد الناصر جندلي، تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية (الجزائر: بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، ط02، 2007)، ص.199.

⁴ -عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995)، ص.107.

⁵ - المكان نفسه.

وقد استخدمنا المنهج الوصفي من أجل وصف وتعريف المتغيرات التي تناولتها الدراسة من قبيل الدعاية السياسية، الأحزاب السياسية، الانتخابات، لوصف العلاقة بين مجموع هذه المتغيرات.

3-منهج دراسة الحالة:

يقوم منهج دراسة الحالة على التركيز على حالة واحدة ومعالجتها من جميع جوانبها، بما يعطي صورة واضحة وشاملة حولها، ويعرف على أنه: " طريقة منهجية تحدد اهتمام الباحث بحالة واحدة يتمكن من دراستها بعمق ودقة واهتمام مشخفا جميع جوانبها سواء أكانت الحالة المدروسة فردا أم أسرة أم مؤسسة أم هيئة أم اجتماعية أم جماعة أم مجتمع صغير".²

وتم اختيار هذا المنهج على أساس اختيار وحدة التحليل المتمثلة في: حزب جبهة التحرير الوطني.

تصميم الدراسة:

قسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول، تناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي لمتغيري الدراسة، الدعاية السياسية والأحزاب السياسية والانتخابات، قسمنا الفصل إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول يتناول مفهوم للدعاية السياسية بدءا بالتطور التاريخي للدعاية السياسية وتعريفها، مواصفاتها وخصائصها، أساليبها ووسائلها وأخيرا شروط نجاحها وأنواعها، أما المبحث الثاني تناول مفهوم الأحزاب السياسية فطرقتنا من خلاله إلى الإطار المفاهيمي للأحزاب السياسية ونشأتها وتطورها في الجزائر، تصنيفها ووظائفها، وفيما يخص الفصل الثالث فتناول مفهوم الانتخابات ومعايير نزاهتها، ووظائفها وأهميتها.

أما الفصل الثاني يتضمن إبراز دور الدعاية السياسية بالانتخابات في الجزائر وقسم إلى مبحثين، خصصنا أولهما لفاعلية الدعاية السياسية للأحزاب في المشاركة السياسية الذي تضمن قراءة في مفهوم المشاركة السياسية مستوياتها ومراحلها، متطلبات المشاركة وصورها، علاقة الدعاية السياسية بالمشاركة

¹ - محمد طه بدوي، المناهج المعرفية في عالم السياسة (مصر، المكتب العربي الحديث، 2010)، ص.136.

² -عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مرجع سابق، ص.136.

السياسية، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى مفهوم حرية التعبير ومظاهره وأهميته وذكرنا علاقة الدعاية السياسية بهذا الأخير.

وفيما يخص الفصل الثالث فقد تناولنا فيه الدعاية السياسية للأحزاب لرئاسيات 2014 نمودجا، حيث تضمن مبحثين تطرقنا في المبحث الأول إلى حزب جبهة التحرير الوطني أسباب اختياره كحزب وحيد للدولة وبوادر التخلي عنه، أما المبحث الثاني فخصصناه للحملة الانتخابية فتناولنا تعريفها وخصائصها وقمنا بقراءة في شعارات الحملة الانتخابية الجزائرية 2014.

صعوبات الدراسة:

- 1- قلة المواضيع التي تتعلق بالدعاية السياسية.
- 2- الظروف الراهنة للبلاد حالت دون دراسة الانتخابات الرئاسية 2019.

الفصل الأول: الإطار

المفاهيمي للدراسة

تمهيد

تعتبر الأحزاب السياسية ظاهرة تعرفها مختلف الأنظمة الديمقراطية في العالم، باعتبار أن لديها برامج وأفكار تسعى من خلالها للوصول إلى السلطة وتحميدها على أرض الواقع، أو تكون في ظل ذلك من خلال رقابة أعمال الحكومة فهي بهذا تحاول التأثير في قدر كبير من فئات المجتمع المختلفة، وذلك عن طريق القيام بالدعاية السياسية وتحشيد مختلف الأطياف المجتمعية بالأفكار والتوجهات والأيديولوجيات السياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها، لجذب الدعم من هذه الفئات في الانتخابات سواء كانت للمجالس المحلية أو حتى الرئاسية أو البرلمانية.

نتطرق في هذا الفصل المفاهيمي والنظري إلى ضبط المفاهيم التحليلية للدعاية السياسية والأحزاب والانتخابات، قسمنا الفصل إلى ثلاثة مباحث نعالج من خلالها ماهية كل من الدعاية السياسية والأحزاب السياسية والانتخابات.

المبحث الأول: مفهوم الدعاية السياسية.

يعد مصطلح الدعاية السياسية مصطلحا عائما، متعدد المرام والأهداف وقابلا للتوسع والتمدد مثلما هو قابل للانكماش والانزواء وفي الغالب ينم عن عمل سيء، ولكن لم يكن هذا هو المعنى الأساسي لهذا المصطلح، فقد أصبح يطلق على أي عمل تنصيري وأعتبر وسيلة للوصول إلى السلطة.

المطلب الأول: التطور التاريخي للدعاية السياسية وتعريفها.

1- التطور التاريخي:

عرف الإنسان الدعاية السياسية ومارسها بصورة أو بأخرى منذ مطلع الحياة، ولكن محاولة وضع أصول لها والارتقاء بها إلى مرتبة فن من الفنون ومحاولة تحويلها إلى علم من العلوم كل هذا يعد مرحلة حديثة نسبيا في تاريخ الإنسان.

يعود أصل الدعاية إلى العصور الوسطى على وجه الدقة إلى عام 1692 عندما انشأ البابا "جريجوري الخامس عشر" جماعة باسم Congregation Propagande والتي كانت تقوم بالإشراف على الحملات التنصيرية للكنيسة الكاثوليكية.¹

أعطت الثورة الأمريكية الفرنسية زخما لمفهوم الدعاية لأن كلتا الثورتين ربطت بين الدعاية السياسية من طرف والحاجة والواقع من طرف آخر، أنشأت حكومة الثورة الفرنسية وزارة للدعاية عام 1972 وعهد بها آنذاك إلى أناس مختصين.

يلحق الأستاذ "Gacques Ellul" على دور الثورة الفرنسية في دفع مفهوم الدعاية بقوله: "لقد أدى وجودها) أي الثورة الفرنسية) إلى جعل الدعاية عملية إنتاج ناشئة عن عملية الالتقاء بين الغرض أو الهدف و بين الحاجة الواقعية وهذا الالتقاء يشكل بحد ذاته قاعدة أساسية للدعاية".²

¹ - حازم محمد الحمداني، الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر (الأردن: عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012)، ص.52.

² - رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة (لبنان، المؤسسة الحديثة للكتاب، ط1، 2012)، ص.149، 150.

لم تعرف الدعاية السياسية في الواقع تقدمها وتطورها النوعي إلى بعد اندلاع الحرب العالمية الأولى وظهور الثورة البلشفية، استخدمت الدول المتقاتلة عمليات الدعاية بشكل واسع، فالولايات المتحدة الأمريكية وضعت لجنة سميت بلجنة المعلومات العامة لدعم المجهود الحربي.¹

ولعل وجود الثورة البلشفية في أواخر الحرب العالمية الأولى أعطت بدورها زخماً جديداً للدعاية السياسية، نظراً لما تحويه وترتكز عليه الفلسفة الماركسية من الاهتمام بالدعاية.²

فترة الحرب العالمية الثانية شهدت حملات دعائية كبرى ولقد كان مكتب معلومات الحرب الأمريكي يوجه الحملات الدعائية، ومكتب الخدمات الإستراتيجية يقود العمليات العسكرية السرية، وفي عام 1953م أنشأت الولايات المتحدة الأمريكية وكالة للمعلومات الأمريكية وجزء منها يتولى إذاعة الأخبار والدعاية السياسية إلى مختلف أنحاء العالم، كما اعتمدت المخابرات المركزية ميزانيتها إنشاء بعض محطات الإذاعة مثل: إذاعة أوروبا الحرة ورايو الحرية.³

أدى التقدم التقني الهائل الذي تحقق في السنين الأخيرة في الاتصال والإعلام من جهة والبحوث العلمية الكثيرة التي حققها علم الاجتماع وعلم النفس وعلم السياسة من جهة أخرى إلى تقوية الدعاية السياسية لدى الأنظمة السياسية.

أضحت الدعاية السياسية بفضل هذه البحوث العلمية الكثيرة إحدى الظواهر البارزة في عالمنا المعاصر، فالمواطن في العصر الحديث يقع تحت الهيمنة الشبه كاملة للدعاية السائدة في النظام السياسي.⁴

لولا الدعاية السياسية لما كان بإمكان التغيرات الكبرى أن تحدث مثل الثورتين البلشفية والصينية، فالدعاية هي التي مكنت "لينين" من إقامة النظام البلشفي والدعاية هي التي كانت وراء بناء النظام الشيوعي في الصين، والدعاية هي التي فتحت الأبواب أمام وصول هتلر للسلطة.

تشكل الدعاية السياسي خط الدفاع الأول والأخير لأي نظام سياسي، فهي التي تعبئ الجماهير وتغير من مواقفها وهي التي تبرر وجود نظام ما وتدافع عنه لتؤكد شرعيته وهي تكتسب أهمية كبرى لدرجة أنه بات من

¹ - محمد صاحب سلطان، الدعاية وحروب الإعلام (الأردن: عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2014)، ص.95، 96.

- سكري، مرجع سابق، ص.151.

- جيهان أحمد رشدي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية (مصر: القاهرة، دار الفكر للنشر، 1985)، ص.12.

⁴ - محمد عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب (مصر: القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1972)، ص.71.

المهم معرفة الدور الفعلي الذي تقوم به، حيث أن فعالية الدعاية السياسية لا تتركز على الأولويات النفسية التي تدخلها بل أيضا على القوى الاقتصادية والسياسية وعلى القوى الإعلامية المساندة لها.¹

شكل سقوط حائط برلين وسقوط الكتلة الشيوعية بزعامة الإتحاد السوفياتي ضربة لمفهوم الدعاية السياسية وبعض المفاهيم التي ترتبط بها مثل: النفسية والإشاعة... الخ، كذلك شكل غياب المنافس أو العدو (الإيديولوجية الشيوعية) بروز الولايات المتحدة الأمريكية كمركز محوري أو منفرد قوي على الساحة الدولية. وفرضت التطورات التقنية والتكنولوجية التي أصابت الإعلام ووسائله (عولمة الإعلام، عولمة المشاكل السياسية، عولمة المشاكل الاقتصادية، دعم قنوات البث المرئي والمسموع وترويج السلع والخدمات... الخ)، كل هذا أدى إلى تبديلات طالت مفهوم الدعاية السياسية (فالدعاية السياسية أصبحت أكثر بروزا ومرونة إزاء التطورات الجديدة).²

2- مفهوم الدعاية السياسية:

التعريف اللغوي:

من الفعل دعا والمقصود نشر الأفكار، وعند المحدثين نشر الدعوة لشخص ما ومبدأ ما، وهي مثل الدعاء إلى شيء الحثُّ على قصده.³

التعريف الاصطلاحي:

تعددت التعريفات واختلفت فيها بينها نتيجة التغيرات التي أدخلت عليها بمرور الزمن حيث عرفها "ليونارد دوب" بأنها: "محاولة التأثير بالشخصيات والسيطرة على الأفراد فيمجتمع ما وفي وقت معين لتحقيق أهداف تعتبر غير علمية أو مشكوك في قيمتها".⁴

وعرّف العالم الفرنسي "جاك أيلول" الدعاية على أنها: "مجموعة من الطرق يتم استخدامها بواسطة مجموعة تبغي أن تحقق مشاركة ايجابية نشطة أو سلبية في أعمالها، على مجموعة كبيرة من الأفراد المتشابهين من الناحية النفسية وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيمي".

1- رفيق سكري، الإعلام والإعلام العربي (لبنان، المؤسسة الحديثة للكتاب، ط.01، 2011)، ص.31.

2- هاني رضا، رامز محمد عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية (لبنان: بيروت، المؤسسة الجامعية للنشر، ط.1، 1998)، ص. 197، 198.

3- د.زهت محمد نفل، "طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي"، الباحث الإعلامي (العراق: بغداد، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ع.4)، ص.49.

4- د.مي عبد الله، الدعاية وأساليب الإقناع (لبنان، دار النهضة العربية، ط.1، 2006)، ص.06.

تعريف العالم "هارولد لاسويل" (1902-1976): "التعبير المدروس عن الآراء والأفعال الذي يدرس الأفراد أو الجماعات عمدا على أساس أنها ستؤثر في آراء وأفعال أفراد آخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقا وذلك من خلال مراوغات نفسية ومن خلال التحكم النفسي".¹

عرفها "بول كانتان" في كتابه الدعاية السياسية يقول: "إن الدعاية هي الجهد المبذول لنشر فكرة ما، وبصورة أعم هي الجهود المصروفة لتركيز عدد من الجهود المتوفرة لكسب الرأي العام للفكرة".²

وورد في القاموس السياسي أن الدعاية: "تستخدم لوصف أو إيضاح صادر عن حكومة معينة أو حزب سياسي في حقيقة وصدق نية الجهة التي يصدر فيها ذلك التصريح أو غالبا ما يكون مثل هذا التصريح مصمما للتأثير وبشكل واسع على الجماهير، ولا يدوم الوصول إلى الحقيقة ولا يسعى إلى تحقيق التفاهم الحقيقي بين الحكومات والأحزاب المتعارضة فيما بينها".

وكتب الدكتور "أحمد بدر" في كتابه عن الدعاية: "أما الدعاية السياسية فتدل على الجهود الواعية التي تقوم بها الدعاية لنشر الأفكار وآراء ومعتقدات معينة من أجل التأثير على الرأي العام وعلى السلوك الاجتماعي للجماهير دون أن تفكر الجماهير في الأسباب التي دفعتها لتبني تلك الآراء والمعتقدات والبحث في منطقيتها".³

تعرف الدعاية السياسية بأنها: "محاولة إعلامية للتأثير في اتجاهات الناس وسلوكهم وأرائهم ووسيلتها في نشر المعلومات والحقائق أو أنصاف حقائق أو حتى أكاذيب في محاولة منظمة للتأثير على الرأي العام، فهي عملية تلاعب بالعواطف والمشاعر ويقصد فيها الوصول لخلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي".⁴ وتعرف أيضا بأنها: تلك الدعاية التي تهدف إلى توليد التصرفات بتعديل إدراك المجموعات السكانية التي تتوجه إليها وأحكامها التقييمية وبذلك فهي تسعى إلى جعل هذه المجموعات فائزة وتدفعها إلى تقبل كل الأفعال التي يرتكبها الحزب القائم بهذه الدعاية.⁵

1- عبد الله، مرجع سابق، ص.16.

2- محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة(الأردن: عمان، دار المجلاوي للنشر، ط1، 1998)، ص.48.

3- أحمد بدر، الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية(مصر: القاهرة، مكتبة غريب)، ص.292.

4- الموسوعة الحرة(ويكيبيديا)، سلمان صالح(الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2007)، الموقع: <http://ar.wikipedia.org> تاريخ الاطلاع: (15.03.2019)، (18:23).

5- غني دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة: رالف رزق الله (سوريا: دمشق، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، 2002)، ص.10، 09.

وتعرف كذلك على أنها تلك التي تضم الأساليب التي تستخدمها الحكومة أو الأحزاب أو الإدارة أو جماعة الضغط بهدف التأثير لتغيير سلوك الجمهور وموقفه السياسي، وقد تكون الدعاية السياسية إستراتيجية أو تكتيكية فهي تضع الخطوط العامة وأنساق الجدل وترتيب الحملات الدعائية، وتسعى الدعاية التكتيكية للحصول على نتائج فورية في إطار عملها مثل: المنشورات أثناء الحرب، واستخدام مكبرات الصوت للحصول على الاستسلام الفوري للعدو.¹

التعريف الإجرائي:

الدعاية السياسية إذن هي: عملية تلاعب بالعواطف بقصد الوصول إلى خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي الذي لا بد أن يؤدي إلى تشويه التابع المنطقي، الدعاية هي عملية إقناع وهو نادرا ما يكون صحيحا في جميع عناصره أو كاذبا في جميع عناصره، صحيح أن أساليب الضغط تؤدي دورا هاما في عملية الدعاية، إلا أن جميع هذه الأخيرة ليست الإكراه، فتغيير الرأي أو التظاهر بالاقتناع بفكرة أو بمذهب تحت تأثير الإرهاب المادي أو التعذيب الجسدي، لا يمكن أن يوصف بأنه دعاية، الدعاية تفترض تلاعبا في النفس البشرية بحيث لا تترك الفرد حرا في اختيار النتائج المترتبة على تحليله لموقف معين.

المطلب الثاني: مواصفات وخصائص الدعاية السياسية.

1- مواصفات الدعاية السياسية:

- استخدام الاستهواء الإيحاء والإقناع للجماهير.
- استغلال ميل الفرد إلى المسaire والتقليد.

- عبد الله، مرجع سابق، ص ص.23،24.¹

- ضرورة التكرار بصياغة مفهومة وواضحة، حيث أن العقيدة بنت الإيحاء والتكرار.
- ضرورة الاستمرار في لفت النظر والتنويع.
- استغلال الجماعة المرجعية تأثيراً على الفئة المستهدفة بأن يكون الموضوع مفضلاً لدى هذه المرجعية.
- التركيز على المواضيع المثيرة الجالبة للانتباه.
- تقصد تكوين الآراء والاتجاهات وتعديل السلوك.
- خلق شعور جمعي موافق على موضوع الدعاية.
- الانسجام بالدعاية مع دوافع الجمهور.
- إثارة الحاجات النفسية (الأمن، الرفاهية، الخوف).¹
- استخدام أسلوب التهويل والتضخيم مثيراً (الاستقرار الأسري، العدالة، الأمن الشخصي...).
- تخاطب العواطف والانفعالات وتستقطب مشاعر الناس ومودتهم بالكلمات المؤثرة (خوف، حب، غضب).
- إثارة مشاعر الناس السلبية (يأس، إحباط، فشل، هزيمة، تهديد الأمن...).
- تتناسق مع القيم وعقائد وعادات الجماهير.
- تختار الوقت المناسب والمكان المناسب.
- قد تلجأ للتضليل والتحايل بذكر أنصاف الحقائق.
- تفترض تلاعباً بالنفس بحيث لا تترك الفرد حراً في اختيار النتائج المترتبة عن تحليله لموقف معين.²

2- خصائص الدعاية السياسية:

- تمثل وجهة نظر أو مضمون فكري نفسي موجه.
- وجود جهة تؤيد وجهة النظر.
- لغة (أسلوب) تستخدم لغرض وجهة النظر.

¹ - سلطان، مرجع نفسه، ص ص.82،83.

- الحمداني، مرجع سابق، ص ص.132،133.²

- وجود جماعة مقصودة.
- أداة صالحة وفعالة لنقل وجهة النظر.
- هدفها تغيير آراء وأفكار أو عقول أو مواقف الفئة المستهدفة.¹

المطلب الثالث: أساليب ووسائل الدعاية السياسية.

1- أساليب الدعاية السياسية:

- أسلوب النكتة:

¹ - الحمداني، مرجع نفسه، ص. 122.

خفة الروح تنطوي على أهمية كبيرة في علم الدعاية فهي تستقطب جميع الفئات والأعمار ولها تأثير واسع على الرأي العام خاصة في الشعوب التي تميل بطبيعتها إلى ذلك، وقد يحدث أحيانا أن يكون لبعض النكات تأثير في الرأي العام أكبر وأعمق من تأثير المقالات الصحفية والأحاديث الإذاعية، ولذلك تعني البلاد المعادية دائما بجمع النكات ذات الهدف السياسي، وفعلت ذلك إنجلترا في أيام "موسولوني"، وحاولت سنة 1956 أن تستعين بمعنى هذه الكلمات في نقد الأوضاع السياسية في البلاد أثناء العدوان الثلاثي على مصر، وفي أعقاب حرب يونيو 1967 لوحظ أن البرامج الساخرة والنكت التي تمس الحكم والنظام السياسي والاقتصادي واستغلال ميل الشعب إلى الفكاهة في ترديد النكت قد ترك أثرا بالغ السوء على روح القتال لدى الأفراد، لكن الشعب أدرك خطورة الموضوع لاحقا وقضى تماما على هذه الموجة ولم تظهر في معركة أكتوبر 1973.¹

• أسلوب التكرار:

وهو من أهم الأساليب للدعاية ومن أهم الأساليب للإعلان أيضا ومن أجل هذا لا تكتفي سلعة من السلع في الإعلان عن نفسها بمرة واحدة في الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون، ولكنها تأخذ في تكرار الإعلان عن نفسها بكل الوسائل المتقدمة حتى تطمئن إلى أن هذا الإعلان قد استقر في أذهان الناس بصورة عميقة وطويلة الأمد، وكذلك الدعاية السياسية لا غنى لها مطلقا عن التكرار وهي وسيلة من وسائل تثبيت المعلومات في عقول الجمهور، فعلى الصحف والإذاعة والتلفزيون وجميع وسائل الإعلام المعروفة أن تتولى نشر الموضوعات التي تتصل بانتصارات الشعب ومؤامرات الاستعمار.

الدعاية السياسية إذا لا غنى لها مطلقا عن التكرار وهي وسيلة من وسائل تثبيت المعلومات المراد إشاعتها بين الجماهير، ويتوجب أن يكون التكرار منظما كي لا تكون النتائج عكسية وان لا يشعر المتلقي بتكرار المادة الدعائية.²

أدلت إحدى الدراسات على أن التكرار ظهور أحد نجوم السينما وهو يدخن خلال الفيلم لأربع مرات، قد يؤدي إلى زرع صورة ايجابية للتدخين عند المراهقين المعجبين بهذا النجم، مما يعطي دلالة واضحة على أثر

¹-عبد المؤمن عبد الوهاب، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية الجزائرية، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة الإخوة منتوري قسنطينة: كلية الحقوق، 2006/2007)، ص.111.

- حاتم، مرجع سابق، ص.88.²

الإعلان الغير المباشر، يقول هتلر: "إن الجماهير يلزمها وقتا طويلا حتى تفهم وتتذكر، هذا يعني يجب استخدام هذا الأسلوب لتكثيف الجوانب الايجابية للتذكير.¹

• الأسلوب الديني:

يستعمل مثل هذا الأسلوب في الدعاية السياسية والاجتماعية وهو خطر جدا إذ ينفذ إلى الأمة من أعماقها وعقائدها ويحاول ضربها ونسف كيائها العقائدي وتحقيق مصالحهم وفق ما يشتهون إذا ملكوا الأداة لتسيير الأمة، واستخدام الدين والرموز والشعارات الدينية عادة ما يجلب نتائج عظيمة وجيدة، فيكفي أن يستشهد الداعية بحديث شريف مثلا لكي يجد النفوس تندفع اندفاعا نحو الحرب.²

وقد اعتمدت العصور الإنسانية كلها تقريبا على هذا الأسلوب ويكفي أن نذكر الحروب الأهلية وما قام به الخطباء الدينيون من الجهد الكبير في مساندة السلطان "صلاح الدين الأيوبي وأولاده" في الحرب، وظهر صلاح الدين بفتح بيت المقدس فتزاحم الشعراء لتهنئته في ذلك اليوم.³

• أسلوب الكذب والاختلاق:

للدعاية السياسية أساليب غير مشروعة منها أسلوب التحريف والتزييف، أي تحرف خبر صحفي ونشره عبر وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام، فتغير بعض الحروف أو تحذف بعض الجمل من خبر معين يكفي لتغيير مضمونه بالكامل، وهذا ما يسمى بأسلوب الحذف والبت، أما في ما يخص أسلوب الكذب والاختلاق فكما قال هتلر: "كلما كبرت الكذبة كلما أمكنت في بعض الأحيان من أن تسجل في الأذهان".

وقد اعتمد (ج يدي موليه) أسلوب الكذب في أثناء المعارك، فأذاع بأن الجيش الفرنسي سيطرة كاملة على إحدى المدن، وعقب هذا التصريح الكاذب كان الفرنسيون المقيمون بإحدى المدن المصرية قد أبقوا إلى باريس يقولون أن (ج يدي موليه) كذب فيما أدلى به من تصريح.

• أسلوب الاستضعاف والاستعطاف:

هذا الأسلوب عادة ما يستخدم في الدول التي يعرف في شعوبها العاطفة الزائدة عن الحد، فعبر استهداف هذه العاطفة يمكن تحقيق النتائج المرجوة.

- شاهيناز طلعت، الدعاية والاتصال(مصر:القاهرة، الأنجلو المصرية للنشر، 1990)، ص.121.

- سلطان، مرجع سابق، ص.108.

- أحمد دعوش، "أساليب الدعاية المعاصرة"، في: www.alasr.ws تاريخ الإطلاع: (2019-03-27)، (09:47).

يعتبر أسلوب الاستضعاف من الأساليب الهامة في الدعاية وذلك بغية التأثير في نفوس الشعوب والحكومات، وعليه تعتمد الصهيونية كثيرا في نشر دعايتها ضد الدول العربية في ربوع أمريكا، وهي الدعاية التي تدافع بها إسرائيل عن كيانها ومع ذلك ما تعتمد عليه الصهيونية هناك في أمريكا من استخدام عبارات مؤثرة في نفوس الشعب الأمريكي مثل قولهم (أعطونا لنعيش) ومع ذلك العبارة رسم لطفل صغير يريد الطعام فلا يجده، وبذلك يستندون عطف الأمريكي ويستجدون عطاءهم.¹

● أسلوب الشعارات:

الشعارات عبارة عن الكلمات البسيطة التي تصدر عن الزعماء في كل حركة من الحركات السياسية والاجتماعية ثم يرددها الشعب نفسه وربما تدخل الأناشيد والقصائد الشعرية كواحد من مصادقيها أيضا.² وهو أسلوب شائع في الدعايات التجارية والسياسية على السواء كما هو معروف غالبا ما يتم تعميم أحد الشعارات المنتقاة بعناية كعنوان عريض لكل حملة إعلانية.

● أسلوب الاحتواء:

وهو محاولة إفهام المقابل أنه على رأيه ومذهبه وبعد أن يطمئن إليه يبدأ المشيع بث أفكاره شيئا فشيئا فلا يجد معارضة من الطرف المقابل في تقبل رأيه لأنه واثق بأن المشيع معه في المبدأ والفكرة بينما المشيع يحاول تمديد إشاعته وأفكاره بهذا الأسلوب ويشير القرآن إلى مثل هؤلاء الناس بقوله تعالى : "ومن الناس من يقول آمنا بالله وباليوم الآخر وما هم بمؤمنين(8) يخادعون الله والذين آمنوا وما يخدعون إلا أنفسهم وما يشعرون".³

● أسلوب إثارة الغرائز وإشباعها:

- الحمداني، مرجع سابق، ص.139.¹

- طلعت، مرجع سابق، ص.138.²

- سورة البقرة، الآية 09.³

إثارة الغرائز في وسائل الإعلام هي من أكثر الأساليب وضوحا في الدعاية، إذ يستغل المعلن أو الإعلامي الغربي مساحة الحرية التي يتيحها النظام في العبث بغرائز المتلقي لتلقيه ما يريد. وقد تهدف الدعاية هنا إلى لفت الانتباه فقد للترويج لسلعة ما كاستخدام الصور الخليعة في الإعلانات المصورة، أو يمتد الأمر بربط الشيء المعلن عنه بغريزة ما، كأن يصبح إشباعها متعلق بهذا الشيء، ومن ذلك ربط تدخين السجائر بالرجولة واستخدام بعض العطور بالجاذبية الجنسية، واقتناء أحد الهواتف النقالة بالمكانة الاجتماعية المرموقة.¹

• أسلوب محاولة خلق عدو وهمي:

ومن الأساليب الحديثة في تمرير الدعاية هي محاولة خلق عدو وهمي للأمة، يحاول أن يفترس الأمة في أي لحظة، وهنا يصبح من الميسور إصدار مختلف أنواع الدعايات بشكل مهول وفي أي وقت، وهذا أسلوب يستخدمه الزعماء الديكتاتوريون في الغالب إذ يصنعون أمام نظر الشعب عدوا كبيرا وخطيرا ليرو سياساتهم الخاطئة ويصرفهم إليه بدلا من قضاياهم المصيرية.

• أسلوب التضخيم والتهويل:

تقوم الوسائل الإعلامية بتضخيم الأخبار والمعلومات عن طريق إعطائها اهتماما إعلاميا كبيرا رغم أنها لا تنطوي على أي أهمية حقيقية، بالتالي تجعل المتلقي يعتقد أنها أخبار مهمة.

• أسلوب الشريك البائع:

هذا الأسلوب مستمد من البائع الذي يمدح دائما بضاعته أو سلعته وهو في الواقع ليس إلا مخادعا، ويستخدم هذا الأسلوب عندما تريد الحكومة أن تمتدح عملا ما قامت به فتلجأ إلى إحدى الصحف الأجنبية وتقوم بنشر خبر عملها ثم تتشهد بهذا الخبر للتأثير داخليا.

• أسلوب الاعتماد على الأرقام والإحصائيات ونتائج الاستفتاء:

وهذا الأسلوب يضفي الكثير من المصداقية على الخبر المراد ترويجه، إذ تعتمد وسائل الإعلام الأمريكية منها على وجه الخصوص إلى دعم الكثير من الأخبار والإعلانات باستفتاءات وإحصائيات تنسب عادة إلى بعض الجهات المتخصصة الذائعة الصيت، وبالرغم من شيوع القول بأن هذه المؤسسات البحثية والإحصائية

¹ - جمال محمد أبو شنب، أشرف محمد خوخة، الدعاية والإعلان (مصر: الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص. 08.

قد اكتسبت شهادتها بسبب مصداقيتها ونزاهتها إلا انه من الغير الممكن أيضا التأكد من ذلك بأي وسيلة كانت.¹

• أسلوب عدم التعرض للقضايا الحساسة:

امتدادا لما سبق، فإن الإعلام الموجه يتجنب غالبا التعرض للقضايا المثيرة للخلاف، بل يتجاوزها إلى ما هو أبعد منها ليتعامل مع الواقع من حيث هو، مما يؤدي لاشعوريا إلى ترسيخ هذا الواقع في وجدان المتلقي لدرجة التعايش معه وتقبله دون التساؤل عن صحته وحقه أصلا في الوجود فضلا عن الاستمرار، والأمثلة على ذلك أكثر من أن تحصى، ومن أهمها إغفال حقيقة دولة الكيان الصهيوني واغتصابها للأرض والمقدسات، والتعامل معها على أنها دولة موجودة على أرض الواقع وتملك كافة مقومات الوجود دون التعرض لحقيقة قيامها المصطنع، قد أدى هذا التعامل السيئ للإعلام العربي مع القضية الفلسطينية إلى تقبل الرأي العام العربي لوجود دولة صهيونية في قلب العالم العربي الإسلامي، دون أي تبعات نفسية أو فكرية عميقة.

• أسلوب منطاد الاختبار أو جس نبض الرأي العام:

ويكون ذلك غالبا عن طريق الشائعات وإطلاقها بين الناس في وقت معين، ثم القيام بتحليل الرأي العام بالنسبة لهذه الشائعات فإذا أثبت التحليل نجاحه ذاعت وتكررت، وإذا أثبت فشلها عدل عنها إلى غيرها، وكثيرا ما تعتمد وكالات الأنباء على هذا الأسلوب من أساليب الدعاية.²

2- وسائل الدعاية السياسية:

- أبوشنب، محمد خوخة، مرجع نفسه، ص 10، 11.¹

- حاتم، مرجع سابق، ص 94.²

تتميز وسائل الدعاية السياسية وأدواتها بالتعدد وتنوع حسب تأثيرها وطبيعة اتصالها بالمتلقي ويمكن

تصنيفها إلى صنفين:

- وسائل الاتصال المباشرة (التواصل الشفهي):

التواصل هو رمز كالحركة والكلمة والصورة، ويعتمد أداة تعبير كاللسان واليد ويتم استقباله باستعمال الحواس كالنظر والسمع مجتمعة أو منفردة، والتواصل الشفوي يقوم أساسا على الصلة المباشرة التي تميز نمط حياة الناس، والواقع أن ما يتداول من معلومات وآراء يحدد نمط تفكير الفرد ويضبط بالتالي سلوكه المجتمعي ونمط عيشه، وهنا نميز الإشاعة كأداة أبرز في دائرة هذا التواصل.¹

- وسائل الاتصال غير المباشرة (وسائل الإعلام والشبكات المعلوماتية):

تعتبر هذه الوسائل من أهم قنوات الاتصال في العصر الحديث بعد الثورة العلمية والتقنية التي حققتها البشرية في هذا المجال، ويتمثل نشاطها في الحصول على المعلومات المتحققة واقعا وتحويلها إلى معلومات في شكل تمثيلات صورية وهي بذلك تخضع لمبدأ التكافؤ الكمي في صَوْرَتَيْهَا للواقع، وتكمن فائدة هذا التحويل في كونه يضيف للأنساق الطبيعية أنساقا تقنية وطابعا مصطنعا وهي بالتالي تمنح للفعل شدا أكثر اتساعا، وتمكنه من إنتاج آثار أكثر تنوعا، وكونها أساسا وسائل تسعى لتنظيم هذا التبادل بين الواقع والصورة ليكون أكثر نجاعة فهي تحمل أسس النظرية السيبرانيطيقية*، لكي يتيسر مراقبتها بتعديلها من ثم إسقاطها على كل ما يتعلق بالأنساق السياسية والمجتمعية وذلك ضمن التواصل بين القيادة والإعلام.²

وبشكل عام يمكن تحديد وسائل الدعاية السياسية وأدواتها بالنقاط التالية:

- **الصوتية:** أناشيد، أغاني، خطب، اجتماعات، شائعات، ويعتبر الراديو الوسيلة الإعلامية السمعية الأكثر والأسرع انتشارا حيث يعتمد عليه أكثر الناس خاصة في الريف ودول النامية.³
- **المرئية:** معارض، مهرجانات، ألوان، أزياء، أوسمة، شعارات.

¹ - الحمداي، مرجع سابق، ص ص. 128، 129.

*السيبرانيطيقا: علم دراسة البنى الديناميكية للأنساق والمجتمعات في علاقتها بالمراقبة والتحكم والإعلام.

² - نور الدين بن سولة، "السيبرانيطيقا ووسائل الإعلام"، جيل العلوم الإنسانية، ع.2، (09-10-2014)، ص.123.

³ - بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع. دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية (الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2007)، ص.129.

- **الصوتية المرئية:** الأفلام، التلفزيون، المسرحيات، الانترنت، ويعتبر التلفزيون أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة، ويعتبر أسرع الوسائل الاتصال الجماهيري ويتفوق على الصحافة، حيث يكفي قطع الإرسال في حالة وجود إعلان عن نأ هام ليصل في اللحظة نفسها إلى أنحاء العالم.¹
- **المطبوعة:** صحف، مجلات، كتب، منشورات، ملصقات، لافتات، ويعتبر فن الدعاية في وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية، وهو علم قائم بحد ذاته وسلاح ذو حدين، فالدعاية السياسية هي فن الإقناع ذات الأوجه المتعددة والمختلفة الألوان، وجدت حيث وجد الإنسان وباستطاعتها التأثير على كافة البشر بفعل ساحر جبار هو فن المنطق.
- **المؤسسات والبعثات:** الثقافية والرياضية... الخ.
- **الاجتماعات:** تعقد في المناسبات كما في الحملات الدعائية السياسية.
- **المؤتمرات الصحفية:** وخاصة في الدعاية السياسية.
- **المسرح والسينما.**
- **مراكز التربية والتعليم ومراكز الشباب والرياضة.**²
- **الملابس والديكورات:** حيث ابتكرت أساليب جديدة للدعاية عن طريق الملابس بكتابات ورموز تحمل فكرة يروج لها عن طريق الملابس والديكورات وغيرها.
- **مرضى النفوس والعملاء والجواسيس.**
- **الجهال في المجتمع.**³

- رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال (الجزائر: باتنة، مطبوعات الكتاب والحكمة)، ص.151.¹

- فهمي، خوخة، مرجع سابق، ص.12.²

- سلطان، مرجع سابق، ص.85.³

المطلب الرابع: شروط نجاح الدعاية السياسية وأنواعها.

1- شروط نجاح الدعاية السياسية:

تتوسل الدعاية الناجحة مخاطبة العواطف والمشاعر دون أن تهمل الجانب العقلي، وتسعى إلى استغلال ملكتي العقل والعاطفة، ولكن دور العقل يأتي في المرتبة الثانية في مجال الدعاية، فهدف الدعاية هو إحداث التغيير السريع والفوري في مواقف وسلوك الجماعات المستهدفة، وهذا يقتضي اللجوء إلى المثيرات النفسية من هنا كانت الدعاية تعتمد على مجموعة من الحيل المتداخلة بحيث تسعى إلى تغييب المنطق دون أن تشير إلى ذلك بصورة مباشرة، فتغلب لغة الشعور والعواطف على لغة العقل والمنطق.

الدعاية نشاط مراوغ لا بد له أن يتكيف مع حالة كل فئة مستهدفة على حدا وهذه بعض المبادئ المستمدة من الدراسة المعمقة للأفراد والجماعات التي تستهدفهم الدعاية وكذلك من الخبرة المكتسبة عند من تناط بهم هذه المهمة لضمان نجاح تنفيذها بشكل واضح.¹

- إن الدعاية الناجحة هي التي توجه إلى الأشخاص لا إلى الموضوعات لأن الموضوعات تستدعي المناقشة وإعمال العقل، بينما الدعاية الموجهة إلى الأشخاص تستهدف أخلاقهم وسلوكهم وهذه تحرك المشاعر والعواطف أكثر مما تتطلب إعمال العقل والتفكير، وقد توجه إلى موضوعات محصورة بأشخاص أو جماعات محددة وهنا تكون الدعاية موجهة بصورة غير مباشرة.

- يجب إخفاء الدعاية وتمويهها حتى لا تبدو واضحة على أنها دعاية وإلا تعرضت للفشل.²

- يجب أن تستند الدعاية إلى المعلومات ذات القيمة وإلى المعرفة الدقيقة بمجريات الأمور ويجب أن تنسق تماما مع الاتجاهات السياسية والثقافية والوطنية للدول وللشعب الذي توجه الدعاية إليه، كما أن المعرفة الدقيقة بلغة البلاد التي توجه إليها الدعاية شروط أولى لأن المستمعين أو المشاهدين يمنحون ثقتهم لمن يتقن لغتهم ويعرف كيف يخاطبهم.

- إن الدعاية الناجحة هي التي توجه إلى القضايا الراهنة والمعروفة تماما من الشعب والتي يكون الحديث عنها متميزا بالصدق والموضوعية والواقعية مثل: البطالة، التضخم، الاحتكارات، الأمن، الفساد... الخ.

- يجب أن تكون الدعاية الناجحة متحركة، مترافقة مع التطورات وقادرة على مواكبة كل المستجدات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وان تكون قادرة على تفسيرها أو التعليق عليها.

- محمد مصطفى كمال، مرجع السابق، ص 67، 68.¹

- محمد محمود المنلاوي، الدعاية وخفايا الإرهاب (لبنان: بيروت، دار الهادي للنشر، ط1، 2000)، ص. 202.²

-إن القائمين على تنفيذ الدعاية يجب أن يتمتعوا بحرية الحركة والتنفيذ، وأن يمارسوا فنهم وإبداعهم في عملهم، لا أن يكونوا مجرد موظفين يتلقون التعليمات وينفذونها بتلقائية وبيغائية دون حضور ذهني أو ذاتي في عملهم، وإذا كانت هذه المبادئ الأساسية لتنفيذ دعاية ناجحة، فستكون ناقصة فاشلة بدونها.¹

2-أنواع الدعاية السياسية:

اعتبارا لمصدر الدعاية ومضمونها وعرضها، فقد ميز " روجي ميشلي " " Roger Muccheli " بين عدة أنواع من الدعاية السياسية منها:

-دعاية الاستقطاب:

تهدف إلى التعريف بآراء الأحزاب السياسية والمرشحين وذلك بهدف التأثير على المتلقي ودفع الأشخاص غير المهتمين والمتمردين إلى تبني قضية هذا الحزب السياسي، أو برنامج هذا المرشح بهدف إيصالهم إلى السلطة أو البرلمان، وتقوم هذه الدعاية على أسس عملية دقيقة ومضبوطة حيث يتطلب الأمر التعرف على اللغة المستعملة من السكان واهتماماتهم ومعتقداتهم وتخوفاتهم وتطلعاتهم ومطالبهم، كما يتطلب تحديد الصورة التي كونها الناس عن مختلف الزعماء والمرشحين.

-الدعاية الاحتجاجية:

تستخدم هذه الدعاية بالخصوص من طرف المجموعات المهمشة والأقليات السياسية والإثنية، وترتكز بالأساس على الإحباطات الجماعية وعلى استغلال الأحداث الطارئة.²

-الدعاية الإدماجية:

تهدف هذه الدعاية إلى استلاب المتلقي وضبط آراء وتوجهات وسلوكات وتطلعات بعض الفئات المشكلة للرأي العام بهدف خلق نوع من الإجماع حول آراء مترشح أو حزب وبرنامج.³

ويصنف المختصون في علم النفس العسكري الدعاية وفقا للتوقيت، وعلى هذا يمكن تقسيمها كما يلي:

- المندلاوي، المرجع نفسه، ص.203.¹

- حامد ربيع، نظرية الدعاية الخارجية(مصر: القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1972)، ص.32.²

³- ربيع، المكان نفسه.

– الدعاية التكتيكية:

فهي تلك الدعاية المباشرة والقوية والسريعة التأثير، تستهدف أفراداً بأعينهم أو الجيش فقط، وتستخدم خلال فترات معينة كفترات الحروب والأزمات، تعتمد على نشر الفضائح وتلفيق الاتهامات والوصم بالخيانة وتستند إلى شيء من الواقع.

وتستخدم في إسناد العملية التكتيكية لتحقيق أهداف آنية وقريبة ويهدف هذا النوع من الدعاية إلى قلب الآراء وإثارة الاهتمام في أوساط معينة وإظهار بطلان الأفكار الغير الملائمة بالنسبة لرجل الدعاية.

– الدعاية الإستراتيجية:

تلك التي توجه إلى الشعب بأكمله وكذلك الجيش في دولة حليفة أو صديقة أو عدوة، وتتسم باتساع انتشارها وبطء مفعولها وقوة التأثير، وهي تستهدف تغيير نمط مجتمعي وأسلوب معيشي وخلق اتجاه معين لتحقيق مصالح صاحب الدعاية ومستخدمها.

وتستخدم في إسناد العمليات الإستراتيجية أي عندما يكون الهدف بعيداً وقد تستمر لمدة عدة أشهر ويتم توجيهها على قطاعات العدو وعلى المدنيين في المناطق المحتلة، ويهدف هذا النوع من الدعاية إلى تأجيج الحقد على العدو وإضعاف معنوياته وتمتين علاقات الصداقة مع القوات الحليفة والمحايدة.¹

أما من حيث النوعية والتأثير فيمكن تقسيم الدعاية السياسية إلى ثلاث صور أساسية هي:

–الدعاية البيضاء:

هي الدعاية العلنية المكشوفة، تعتمد على النشاط العلني من أجل هدف معين، وهي الدعاية المعروفة المصدر والتي تطلقها دولة أو جهة ما معروفة ومعلنة للتأثير على شعب أو جيش دولة الخصم، ويكون ذلك عن طريق مختلف وسائل الإعلام المقروءة من صحف ومجلات ونشريات والمسموعة من إذاعات وأشرطة وأقراص، والمسموعة والمرئية من فضائيات ووسائل الاتصال بالجماهير الأخرى كشبكة الإنترنت ومصادر هذا النوع من الدعاية معلنة ومعروفة لدى الجماهير.

وهنا الدعاية تعتمد على قدر كبير من الحقائق حتى تكتسب ثقة الشعب أو جيش الخصم والتأثير عليه خصوصاً أنها تصدر عن مصدر معروف بعدائه وخصومته، والصورة الواضحة لهذه الدعاية هي الدعاية العربية ضد إسرائيل بشكل عام.¹

– حمداني، مرجع سابق، ص 36، 37.¹

-الدعاية السوداء:

عكس البيضاء، وهي أسوء أشكال الدعاية وأكثر الأنواع شراسة وخطورة، ويتصف هذا النوع من الدعاية بعدم علانيته ويقوم على نشاط المخابرات والعملاء السريين.

وتنسب الدعاية في هذه الحالة أحيانا إلى مصدر آخر غير مصدرها الحقيقي وهي جزء من العمليات الخفية، من أنواعها الإشاعة والتندر والاستهزاء.

وتصدر هذه الدعاية من مصدر معادي تماما في ثوب صديق، ولا تكشف عن المصدر الأصلي لها وتنمو بطرق سرية داخل أرض العدو أو على مقربة منها²، وتنتشر الدعاية السوداء خلف الشعارات الرنانة مثل: الحرية، العدالة، الديمقراطية، وتطلق سمومها على الخصم بوصفه: الديكتاتور، السفاح، القاتل، الخائن... الخ من الألقاب المشينة، وهي تشكل بذلك الأداة الأساسية للحرب النفسية.³

-الدعاية الرمادية:

هي الدعاية التي لا تخشى من أن يقف الناس على مصادرها الحقيقية، وتحافظ دوما على أن تكون غير معروفة المصدر، فلا يفصح عن مصدرها ويسند الخبر فيها إلى تصريح لمصدر حسن الإطلاع أو مصدر يحتل مركزا هاما، حيث تبدأ أو تنتشر وربما تنتهي دون أن يقتصر بوضوح من الذي أطلقها ومن المستفيد منها بالضبط.⁴ ولهذا يحتاج هذا النوع من الدعاية إلى حنكة وذكاء وخبرة في فن التأثير بالجماهير دون إشارات واضحة كالإذاعات الموجهة والقنوات الفضائية، ومن الأمثلة الواضحة على ذلك: إذاعات أوروبا الحرة ضد الدول الاشتراكية سابقا، ويعبر عن هذه الدعاية بأنها الدعاية الغير مباشرة والتي تعتبر أقوى تأثيرا وبدون شك من الدعاية المباشرة.⁵

المبحث الثاني: مفهوم الأحزاب السياسية.

الأحزاب السياسية عبارة عن وسيلة لانتقال الشعوب من وضع سياسي لآخر فهي تعمل على تفعيل الحياة السياسية وتعتبر المتحدث الرسمي عن المواطن وعن طموحاته، ولقد ساهم في ظهورها بصورتها الحالية عدد من

1- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والعمولة (الأردن: عمان، دار مكتبة الرائد العلمية، ط1، 2004)، ص.75-79.

2- رفيق سكري، الرأي العام والإعلام والدعاية(ليبيا: طرابلس، جروس برس للنشر، ط1، 1991)، ص.82، 83.

3- عيساني، مرجع سابق، ص.146.

4- صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة(الأردن: عمان، دار مجدلاوي للنشر وتوزيع، ط6، 2006)، ص.330.

5- الدليمي، مرجع السابق، ص.80.

الهيئات والمؤسسات كان من أبرزها النوادي السياسية والتكتلات البرلمانية والنقابات المهنية والتنظيمات الطلابية وغيرها.

ونظرا للدور الذي تلعبه الأحزاب في الحياة السياسية خاصة الانتخابات، ارتأينا التطرق إلى مفهومها وتطورها في الجزائر، تصنيفها و وظائفه.

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للأحزاب السياسية.

1-التعريف اللغوي للحزب السياسي:

جاء في مختار الصحاح أن الحزب لغة يعنيا الطائفة، جمعها الأحزاب أو الطوائف وكذلك السلاح أو جماعة من الناس، ويقال تحزبوا بمعنى تجمعوا، والأحزاب تعني أيضا الطوائف التي تجتمع على محاربة الأنبياء عليهم الصلاة والسلام.¹

وورد في المعاجم الحديثة مثل "معجم نور الوسيط": "الحزب بمعنى المنظمة التي تحزب، وتجمع الناس المتشابهين فكريا وانتماء، وأهدافا، ويقال حزم الأمر من القوم الأحزاب، جمعهم وقواهم وشد منهم".² أما كلمة سياسي فأخذت من كلمة (سياسة)، ومعناها يفيد القيام بشؤون الرعية، واستخدم العرب هذه الكلمة بقصد الإرشاد والهداية، ودراسة علم السياسة يشتمل على النظام السياسي للدولة، ودستورها، ونظام الحكم فيها، وكل ما يؤثر في مجريات الحياة العامة من أفراد وجماعات، من خلال ذلك يتضح أن وصف الجماعة بأنها سياسية لا يكون إلا إذا كانت الغاية من تنظيمها الوصول إلى السلطة والبقاء فيها، أو الاشتراك في قرارات الحكم.

غير أن كلمة سياسة تعني في الوقت الحاضر حسب أبو القاسم محمد بن عمر الزمخشري: "إن السياسة بالنسبة للعامة تعني أساسا الحياة السياسية، الصراع حول السلطة، إنها ظاهرة بنفسها أما بالنسبة للناحية العلمية السياسة هي معرفة الظاهرة".³

2-التعريف الاصطلاحي للحزب السياسي:

1- المعجم الوسيط، محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي (مصر، المطبعة الأميرية، ط3، 1994)، ص.150.
2- معجم نور الدين الوسيط، عصام نور الدين (لبنان: بيروت، دار الكتب العلمية، ط1، 2005)، ص.543.
3- الإمام جار الله أبو القاسم محمد بن عمر الزمخشري، أسس البلاغة (لبنان: بيروت، دار إحياء التراث العربي، ط1، 2001)، ص.141.

نظرا لازدواجية الظاهرة الحزبية كظاهرة سياسية وقانونية يتفاعل معها أفراد المجتمع من جهة وأجهزة السلطة من جهة أخرى، فقد تباينت التعاريف واختلفت لدى الكثير من الفقهاء ورجال السياسة من حيث الشكل والموضوع، وفيما يلي مجموعة منها لأبرز المفكرين:

يعرف "Bengamin Constont" الأحزاب السياسية: "هي جماعة من الناس لها اتجاه سياسيمعين"، أما "Jean Gequel et André Hauriou" يقولان: "إن الحزب تنظيم دائم يتحرك على مستوى وطني ومحلي من أجل الحصول على الدعم الشعبي، ويهدف للوصول إلى ممارسة السلطة بغية تحقيق سياسة معينة".¹ ويعرف "جورج بيردو G.Burdeau" الحزب السياسي بقوله: "هو كل تجمع بين الأشخاص يؤمنون ببعض الأفكار السياسية ويعملون على انتصار وتحقيقها، وذلك بجمع أكبر عدد ممكن من المواطنين حولها والسعي للوصول إلى السلطة، أو على الأقل التأثير على قرارات السلطة الحاكمة".

وقد وضع الأستاذ "FrançoisBorella" ثلاثة عناصر لا بد من وجودها في كل حزب سياسي وهي:

- مجموعة منظمة من الأفراد قادرة على التعبير عن مطالبهم.

- وجود مجموعة اقتراحات تمس سياسة الحكومة.

- وجود نشاط يهدف إلى السيطرة على السلطة وممارستها.²

وعلى الرغم من أن أغلب دارسي الأحزاب السياسية قدموا تعريفاتهم "للحزب السياسي"، إلا أن البعض لم يهتم بمسألة التعريف بشكل مباشر من أبرزهم الأستاذ الفرنسي موريس ديفرجيه "MouriceDuverger" الذي يرى أن الحزب هو: "تنظيم مرتبط بالعملية الانتخابية حيث يجمع تعددا من الجماعات الموزعة فوق إقليم الدولة، ويحكمها رباط تنظيم عبر الأجهزة المختلفة للحزب".³

وذهب البعض لتعريف الأحزاب السياسية من زاوية غائية، حيث عرف الفقيه القانوني كلسن "Kelsen" الأحزاب بأنها تكوينات تجمع عددا من الناس من نفس الرأي لتحقيق تحالف حقيقي والسيطرة على الشؤون العامة، ويرى الفقيه الإنجليزي إيدموند بيرك "Edmund Burke" أن الحزب السياسي هو: "مجموعة من الأشخاص تم بينهم اتفاق على مبدأ مفاده خدمة الوطن، والصالح العام".

¹- هيبية العوادي، النظام القانوني للأحزاب السياسية في ظل القانون العضوي رقم 04 12 المتعلق بالأحزاب السياسية، مذكرة ماستر منشورة (جامعة قاصدي مرباح ورقلة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2013/2012)، ص. 05.

²- العوادي، مرجع نفسه، ص. 06، 07.

³- العليجية مناع، التعددية الحزبية في الجزائر ودورها في البناء الديمقراطي، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة الجزائر: كلية العلوم القانونية، 2002/2001)، ص. 30.

وهناك من أسس تعريف الحزب السياسي على مفهوم المكان الجوهري الذي يشغله ومن ثم مقاصده باتجاه غزو السلطة، حيث عرفه ماكس فيبر "Max Weber" بأنه جمعية تقوم على التزام حر، يهدف إلى إيصال قاداته للسلطة والسيطرة الكاملة عليها أو المشاركة فيها، وفي ظل هذا التجمع تمنح لأعضائه فرصة تحقيق أهدافهم.¹ كذلك نجد لدى الفقهاء العرب وعلماء السياسة عدة تعريفات للأحزاب السياسية أبرزها تعريف الدكتور سليمان الطماوي، الذي يعرفها بأنها: "جماعة متحدة من الأفراد، تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للفوز بالحكم بقصد تنفيذ برنامج سياسي معين".²

أما الدكتورة سعاد الشرقاوي فتعرفه على أنه: "تنظيم دائم يتم على المستويين القومي والمحلي يسعى للحصول على مساندة شعبية بهدف الوصول إلى السلطة وممارستها من أجل تنفيذ سياسة محددة".³ وقد ورد من التعاريف كذلك تعريف الدكتور سعيد بو الشعير، الذي كان حريصا على أن يشتمل أغلب العناصر التي يتكون منها الحزب السياسي، فقال بأنه: "تنظيم يتشكل من مجموعة من الأفراد تتبنى رؤيا سياسية منسجمة ومتكاملة تعمل في ظل نظام قائم على نشر أفكارها، ووضعها موضع التنفيذ، وتهدف من وراء ذلك إلى كسب ثقة أكبر عدد من المواطنين، على حساب غيرها، وتولي السلطة أو على الأقل المشاركة في قراراتها".⁴

كحصيلة لما سبق من تعاريف يمكن القول أن الحزب السياسي هو مجموعة من الأفراد تربطهم علاقة المواطنة، مما يتطلب تنظيما فيما بينهم وبرمجة لأفكارهم، والدفاع عنها وفق منهج ديمقراطي وقانوني سليم، فيسعون لكسب التأييد الجماهيري والمشاركة في الحياة السياسية، بهدف الوصول إلى السلطة وامتلاك القدرة على صنع القرار سواء باسم الحزب منفردا أو بمشاركة غيره من الأحزاب.

المطلب الثاني: نشأة وتطور ظاهرة الأحزاب في الجزائر.

إن نشأة الأحزاب السياسية في الجزائر بمفهومها التعددية لم تكن وليدة الإصلاحات السياسية الأخيرة، بل ظهرت تنزاما مع الحركة الوطنية وكفاحها السياسي ضد الاستعمار الفرنسي، فلقد تعرضت الحركة الوطنية لاضطهاد مستمر منذ نظر المستعمر بسبب ما تحمله

¹ - سيمرة شرايطية، نشأة الأحزاب السياسية والصراع حول السلطة، مذكرة ماستر منشورة (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2008/2007)، ص. 02.

² - سليمان الطماوي، السلطات الثلاث في الدساتير العربية المعاصرة و في الفكر الإسلامي (دراسة مقارنة) (لبنان، دار الفكر العربي، ط5، 1996)، ص. 62، 7.

- سعاد الشرقاوي، النظم السياسية في العالم المعاصر (مصر: القاهرة، دار النهضة العربية، ط2، 1982)، ص. 200.

⁴ - سعيد بو الشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ج2، 2008)، ص. 122.

وتدعوا إليه من عمل سياسي تحرري، مما اضطرها إلى الانتهاج لعمالها لدراسة القضايا التي تهمها، وتحققا تسعلا أجله، وتعد نفسها للمواجهة المصيرية.

أبرز التيارات السياسية في تلك المرحلة كانت حركة الأمير خالد الحفيد الأمين عبد القادر الذي يعتبر أول من خاض لمرحلة السياسة في الجزائر سنة 1919، وبالرغم من فشله إلا أنه استطاع رسم الخطوط العريضة لبقايا التيارات السياسية في الجزائر.¹

قسمت التيارات السياسية في الجزائر في تلك الفترة إلى تيارين أساسيين هما:

- تيار إصلاحياً سلوياً في العمل وتجنب مواجهة الاستعمار ومحاولة إيجاد حلول له لتسوية الوضع مع الحفاظ على مصالحه، ويتفرع إلى ثلاث اتجاهات:

- الاتجاه الديني ويتمثل في جمعية العلماء المسلمين.
- الاتجاه الماركسي ويمثل الحزب الشيوعي الجزائري.
- الاتجاه اللائكي يمثل النواب.

- تيار استقلالي أسلوبه معاكس للتيار الأول، وهو تيار لتحدي الاستعمار ومواجهته ويضم ما يلي:

- حزب جبهة التحرير الوطني.
- حزب الشعب الجزائري.
- نجم شمال إفريقيا.²

بعد استقلال الجزائر وخوفاً من حدوث فراغ تشريعي، صدر قانون تحت رقم 157/62 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962، والذي نص في مادته الأولى على استمرار العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما تعارض منه مع السيادة الوطنية أو كان ذو طابع عنصري، ما يعني إمكانية تشكيل أحزاب سياسية استناداً إلى القانون الفرنسي المتعلق بالجمعيات مع الحفاظ على جبهة التحرير الوطني كحزب طائفي وحيد لقيادة الحياة السياسية في الجزائر.³ ونتيجة للصراعات السياسية التي شهدتها الجزائر بعد الاستقلال حول فكرة الحزب الواحد ومناقشة الدستور وتحديد طبيعة الحكم، تأسست أحزاب سياسية معارضة مباشرة كالحزب الشيوعي الجزائري، حزب الثورة

¹ - سعيد بو الشعير، النظام السياسي الجزائري (الجزائر، دار الهدى للنشر، ط1، 1990)، ص.15.

² - إبراهيم موسوي، أونان عاشور، النظام القانوني للأحزاب السياسية في الجزائر، مذكرة ماستر منشورة (جامعة أحمد بوقرة بومرداس: كلية الحقوق بودواو، 2015/2016)، ص.47.

³ - الرشيد لرقم، النظام الانتخابي وأثره على الأحزاب السياسية في الجزائر، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة قسنطينة: كلية الحقوق، 2006/2005)، ص.21.

الاشتراكية في 27 سبتمبر 1962 وحزب جبهة القوى الاشتراكية في 29 سبتمبر 1963، وقد تم منع كل هذه الأحزاب وحلت واستمر هذا الوضع إلى غاية صدور قانون 297/63 في 14 أوت 1963 الذي نص في مادته الأولى صراحة على منع أي جمعيات ذات طابع سياسي،¹ ومرتباً عقوبات جزائية على كل من يخالف هذا المنع ممهداً الطريق نحو الأحادية الحزبية التي رسخها دستور 1963، والذي وصف حزب جبهة التحرير الوطني بأنه الحزب الوحيد في البلاد ويشكل الطليعة المكونة من المواطنين الأكثر وعياً.²

عانت الجزائر في منتصف الثمانينات ظروفًا اقتصادية واجتماعية صعبة التي نتج عنها مجموعة من الإصلاحات السياسية تمثلت في أحداث 5 أكتوبر 1988 وشهد المناخ السياسي مع بداية الثمانينيات نوعاً من الانتعاش وبدأت بعض التيارات تظهر للوجود وتزامناً مع انتهاج سياسة اقتصادية من أهم معالمها إعادة هيكلة المؤسسات الاقتصادية الاشتراكية وظهور شعارات جديدة من أجل حياة أفضل، وقد عرف البترول انتكاسة مما كان له الأثر أثاراً سلبياً على الاقتصاد الوطني، وعلى الحياة المعيشية للمواطن، فكانت الأوضاع تتميز بارتفاع نسبة البطالين وتدني القدرة الشرائية للمواطنين واختفاء مريب للسلع الضرورية حتى أن منظر الطوابير المنتشرة في مدن البلاد أصبحت ظاهرة تطبع كل المدن مما أدى إلى ظهور حملة واسعة ضد الفساد، بسبب توزيع الثروات بطرق غير شرعية وتبذير الأموال العمومية، مست هذه الحملة الرئيس وأفراد عائلته وكذا إعلانات متعددة على إضرابات العمالية خاصة في المنطقة الصناعية الروبية، دامت هذه الإضرابات حتى نهاية سبتمبر 1988 حيث قام عمال الشركة الوطنية للسيارات الصناعية بالاحتجاج على عمليات اختلاس عرفها المركب، كما طالبوا بزيادة رواتبهم، وقد طالت موجة الإضرابات قطاع الطيران والبريد والنقل أيضاً.³

جاءت التعددية الحزبية في الجزائر على أنقاض نظام الحزب الواحد، الذي فشل في تحقيق تنمية سياسية واقتصادية كما فشل في إحداث وفاق وطني يمكنه من الاستمرار، فكسرت الأحادية الحزبية بعد التعديل الدستوري لعام 1989، وبمقتضى المادة 40 والتي تحول الحق في إنشاء الجمعيات ذات طابع سياسي: "حق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي المعترف به ولا يمكن التذرع بهذا الحق لضرب الحريات الأساسية والوحدة الوطنية والسلامة الترابية واستقلال البلاد وسيادة الشعب".⁴

¹ - القانون رقم 157/62 المؤرخ في 1962/12/31، الجريدة الرسمية رقم 02، صدرت باللغة الفرنسية 1963، ص 18. الغي بواسطة الأمر 29/73 المؤرخ في 1973/07/15، الجريدة الرسمية رقم 62.

² - ناجي عبد النور، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية (الجزائر: قلمة، دار النشر لجامعة قلمة، 2006)، ص 86.

³ - مصطفى بلعور، الإصلاحات السياسية في الجزائر 1990 1988 (الجزائر: ورقلة، جوان 2009)، ص 10.

- موساوي، أونان، مرجع سابق، ص 43.⁴

يرى بعض فقهاء القانون أن استخدام دستور 1989 لمصطلح جمعية سياسية ليس من قبيل الصدفة وإنما كان المقصود هو ترك الباب مفتوحاً أما التشكيلات السياسية للانطواء تحت راية جبهة التحرير الوطني.¹ وقد ترتبت عن التعددية الحزبية مبادئ وقواعد ومواد نص الدستور عليها تعبر عن مظاهر التعددية ومنطلقاتها كحرية التعبير والرأي والصحافة والاختيار، حيث نص الدستور في المادة 93: "حرية التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن".

وتنص المادة 10 من الفصل الثاني على أن "الشعب حر في اختيار ممثليه، هذه الحرية لا يمكن أن تكون تامة"، كما تنص المادة 14 من الفصل الثالث على: "تقوم الدولة على مبادئ التنظيم الديمقراطي والعدالة الاجتماعية". إذ لا يمكن الحديث عن الديمقراطية في ظل نظام أحادي مركزي يحتكر السلطات ويضع القيود على الحريات، وكانت المادة 30 أكثر وضوحاً حيث أشارت إلى أن مؤسسات الدولة ستهدف إلى إزالة كل العقبات التي تحول دون مشاركة الجميع الفعلية في الحياة السياسية، وقد أكد ذلك الدستور في الفصل المتعلق بالحقوق والحريات لاسيما المواد (31، 36، 39) على الطابع الديمقراطي للدولة.²

والخيار التعددي المنتهج فقد جاء في الفقرة الأولى من المادة 39 "الحريات الأساسية وحقوق المواطن مضمونة" ونصت المادة 36 على أن: "حرية الابتكار الفكري والفني أو العلمي مضمونة للمواطن، حقوق المؤلف يحميها القانون".

والتعددية الحزبية الفعلية تفترض وجود أكثر من حزبين يتنافسان على السلطة في أغلب مناطق التراب الوطني أثناء المنافسات الانتخابية وتظهر التعددية تاريخياً نتيجة لصراعات، فالأحزاب تاريخياً تظهر كتنظيمات حاملة للصراعات، وبعبارة أخرى هي المعبر عن الصراعات كما أنها مقر للتعبير عن الاختلافات الاجتماعية.³ إن بداية ظهور الجمعيات السياسية كان قبل التعديل الدستوري بأيام، بدأت تظهر للوجود تشكيلات سياسية، حيث تم إنشاء التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية في 11 فيفري 1989، والجبهة الإسلامية للإنقاذ في 21 فيفري 1989، ثم تم الاعتراف بخمسة تشكيلات سياسية وهي الحزب الديمقراطي، حزب الطليعة الاشتراكية الجبهة الإسلامية للإنقاذ، التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، الحزب الوطني للتضامن.

¹-OMAR BEN DOUROM, LA NOUVELLE CONSTITUTION ALGERIENNE DU 28 FEVRIER(France: REVUE DE DROIT PUBLICQUE ET DE LA SIENCE POLITIQUE, 1989),P.131.

- سويقات، مرجع سابق، ص.124.²

- ناجي، مرجع سابق، ص.10.³

وحسب تسيير دوفرجهيه، فإن الأحزاب التي ظهرت خلال هذه المرحلة إما مالت إلى التيار الإسلامي أو أنها دخلت في التيار الديمقراطي أو أنها أخذت مركز الوسط، ويشكل حزب الوسط نوع من الاعتدال بين اليسار واليمين، وهذا ما يفسر ظهور عدد كبير من الأحزاب في الجزائر فأحزاب الوسط تسعى إلى مزج القيم التقليدية المرتبطة بالمبادئ الإسلامية مع القيم التابعة للديمقراطية الليبرالية وأفكارها، وبعبارة أخرى فإن هذا الشكل من الأحزاب هي أحزاب توفيقية من جهة، وأحزاب انتهازية من جهة أخرى تهدف إلى كسب عدد كبير من الأصوات في المناسبات الانتخابية.¹

تولد التعديل الدستوري الصادر بتاريخ 28 نوفمبر 1996 بموجب ظروف استثنائية والأزمة السياسية الذي مر بها النظام السياسي الجزائري في مرحلة الانتقال إلى الديمقراطية، ظهر عجز الدستور عن تسيير الأزمة المؤسساتية ودخلت البلاد في مرحلة انتقالية، وتبين أن الإطار القانوني "المؤسسي" الذي وضع لم يكن كافيا في بعض الجوانب ولمعالجة تلك النقائص والثغرات التي كشفتها التجربة الديمقراطية تقرر تعديل دستور 1989، فبرغم من إقرار جميع الأحزاب السياسية بأهمية وضرورة التعديل كحتمية سياسية وإستراتيجية، فإن الخلاف انصب على توقيت التعديل، فكان رأي السلطة يدعو إلى إجراء التعديل قبل الانتخابات التشريعية ليوم 1997/06/05 لتفادي تكييف الدستور من أصحاب الأغلبية في البرلمان حسب مصالحهم السياسية، فكان رأي السلطة يدعو إلى إجراء التعديل قبل الانتخابات التشريعية ليوم 1997/06/05 لتفادي تكييف الدستور من أصحاب الأغلبية في البرلمان حسب مصالحهم السياسية، غير أن الرأي الآخر تحفظ عن هذا التعديل قبيل الانتخابات انطلاقا من تخوفات كثيرة أهمها أن مصالح الأحزاب الفعالة ستمس في التعديل الدستوري.

جاء الإعلان عن التعديل الدستوري لسنة 1996 كحل قانوني يعمل على إعادة تنظيم مؤسسات الدولة، فتم ذلك عن طريق خلق غرفة ثانية للبرلمان "مجلس الأمة" إلى جانب منح صلاحيات واسعة إلى رئيس الجمهورية.²

وأقرت المادة 42 من التعديل الدستوري 1996 بحق إنشاء الأحزاب السياسية بدل من الجمعيات ذات الطابع السياسي المذكورة في دستور 1996، حيث نصت على "حق إنشاء الأحزاب السياسية معترف به

- لرقم، مرجع سابق، ص.126.¹

- محفوظ لعشب، التجربة الدستورية في الجزائر(الجزائر، المطبعة الحديثة للقانون، 2001)، ص.61.²

ومضمون، ولا يمكن التذرع بهذا الحق لضرب الحريات الأساسية والقيم والمكونات الأساسية للهوية الوطنية ووحدة التراب الوطني، وسلامة واستقلال البلاد وسيادة الشعب وكذا الطابع الديمقراطي والجمهورى للدولة. وضعت هذه المادة جملة من القيود والضوابط الإضافية لتأسيس وعمل الأحزاب السياسية بحيث لا يجوز تأسيس على أساس ديني أو عرقي أو لغوي أو جنسي أو مهني أو جهوي كما لا يجوز لها اللجوء إلى الدعاية الحزبية التي تقوم على العناصر المبنية عن الفقرة السابقة.¹ ويحظر على الأحزاب السياسية كل شيء من أشكال التبعية للمصالح أو الجهات الأجنبية، ولا يجوز أن يلجأ أي حزب إلى استعمال العنف أو الإكراه مهما كانت طبيعتها أو شكلها وتحدد التزامات وواجبات أخرى بموجب القانون.

وجه الاختلاف بين ما ورد في المادة 42 المذكورة، والمادة 40 من دستور 1989 نلمسه في الإضافات التي تهدف إلى حجب مكونات الهوية الوطنية عن الممارسات الحزبية، ومخالفة ما سبق العمل في دستور 1989 مع التأكيد على منع العنف والإكراه نظرا لما شهدته الجزائر منذ عام 1992 من أحداث عنيفة.² وأكدت المادة 178 من التعديل الدستوري أن حق الخيار التعددي الديمقراطي لا يمكن التراجع عنه.³ وترجمت الفقرة الأخيرة من المادة 42 من نفس التعديل الدستوري "تحدد التزامات وواجبات أخرى بموجب القانون"⁴ في شكل قانون عضوي للأحزاب السياسية في 06 مارس 1997، بحيث حمل اسم الأحزاب السياسية بدل الجمعيات ذات الطابع السياسي وصار قانونا عضويا يتوسط التشريع العادي والدستور، عوض القانون العادي للجمعيات السياسية لإعطائه مكانة أسمى ونوع من الثبات والاستمرارية.

المطلب الثالث: تصنيف الأحزاب السياسية.

إن تصنيف الأحزاب السياسية يواجه إشكالية معايير التصنيف، فليس من السهل إيجاد تصنيفات موحدة لتقسيم الأحزاب السياسية، وهذا راجع لاختلافات في طبيعة الحزب وتنظيمه وأهدافه أو يرجع ذلك إلى اختلافات في الأنظمة السياسية الموحدة.

1- عبد النور ناجي، مدخل إلى علم السياسة (الجزائر: عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007)، ص.160.

2- عيسى جرادى، "التعددية الحزبية والسياسية في الجزائر"، رسالة الأطلس، ع 212 (26 أكتوبر 1998)، ص.21.

3- نصت المادة 178 من التعديل الدستوري 1996 على "لا يمكن لتعديل الدستوري أن يمس النظام الديمقراطي القائم على التعددية.

4- مسعود علي، الرقابة على دستورية القانون دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة باتنة: معهد الحقوق، 1995)، ص.132.

أثناء الحديث عن موضوع تصنيف الأحزاب السياسية يأخذنا الحديث إلى أبرز الكتاب في هذا ألا وهو "موريس دوفرليه"، الذي ميز بين أحزاب النخبة والأحزاب الجماهيرية ثم أضاف تصنيفا آخر عام 1976 وهي الأحزاب ذات الهياكل الجامدة والأحزاب المرنة.¹

وهناك من يصنفها حسب البيئة التي يمارس فيها الحزب نشاطه، فمن أعرق التصنيفات ذلك الذي يقسمها إلى ثلاث:

1- الأحزاب الإيديولوجية:

أول أصناف الأحزاب التي عرفها التاريخ السياسي الحديث في العالم، وتدور في فلك الأفكار العقائد، حيث يتميز كل حزب بإيديولوجية خاصة به لا يشترك فيها معه أحد أو برنامج معين لا يشبه أيا من برامج الأحزاب الأخرى، ويشترط في الانتساب إلى هذا الأحزاب الإيمان الراسخ بإيديولوجية الحزب والعمل على نشرها.²

2- الأحزاب النفعية:

تتمتع هذه الأحزاب بمرونة شديدة على مستوى البرامج والأفكار، هي أحزاب قابلة للتمدد والتقلص وفقا للظروف فهدفها هو تحقيق مصلحة من تمثلهم أيا كانت الوسيلة والأسلوب المتبع، وقد تنامي عدد هذا النوع من الأحزاب في ظل التعددية فلم تكن المرونة إلا عاملا إيجابيا، لأن ظهور هذه الأحزاب كلما حلت المواعيد الانتخابية واصطبغها بأي طابع قد يحقق نجاحها يفتح المجال لعدم الاستقرار الحزبي.

3- أحزاب القلة المختارة:

وهي أقدم أنواع الأحزاب حيث يلتف أعضاء الحزب حول شخصية ما نظرا لمقوماتها الكاريزمية ومكانتها الاجتماعية، ودورة حياة الحزب مرتبطة باستمرار هذا الشخص.³

وسننتقل الآن إلى تصنيف الأحزاب السياسية العربية التي تعتمد على معايير إيديولوجية وشكل العضوية وطبيعة القوى المؤيدة ودرجة المؤسسية وطريقة العمل وتتمثل في:

1- أحزاب الأشخاص:

¹- حسين ع الحميد رشوان، الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط (مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 2008)، ص.55.

- نور الدين حاروش، الأحزاب السياسية (الجزائر: برج الكيفان، شركة دار الأمة، 2009)، ص.111.

- المرجع نفسه، ص.125.

تدعوا إلى التغيير المعتدل وتقبل المنافسة، يتم تجنيد قيادتها من أبناء الطبقة العليا من ملاك الأراضي الزراعية وكبار التجار، وشعبيتها محدودة، قليلة الانتشار على مستوى الطبقة الوسطى، تعتمد على أسلوب الحوار والمخاطبة.¹

2- أحزاب الكوادر:

ظهرت لمعارضة النظام القائم، اتسمت إيديولوجيتها بالثورة رفضت المنافسة الحزبية، تجند نخبها من المثقفين والموظفين.

3- أحزاب الحركة الوطنية:

ظهرت كرد فعل عن الاحتلال، كان هدفها الاستقلال انتشرت في الريف أكثر من الحضر، كان للشخصية الكاريزمية دورا هاما في إطارها.

4- أحزاب النظام الحاكم:

كوتتها النظم العسكرية في عقدي الخمسينات والستينات عندما شعرت بحاجتها لقاعدة شعبية.²

5- الحركات الدينية:

ظهرت في العشرينيات لتكون أوائل التنظيمات ذات القاعدة الشعبية الجماهيرية العريضة، ثم انتشرت في السبعينيات، كانت إيديولوجيتها تدعوا إلى التغيير الثوري السريع وتتصدى للنظام، ولا تتحمس للمنافسة.³

المطلب الرابع: وظائف الأحزاب السياسية.

تقوم الأحزاب السياسية بوظائف عامة تختلف من نسق سياسي إلى نسق سياسي آخر من خلال مراحل متعددة من التنمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، ورغم هذا الاختلاف فهي تشترك في عديد من الأساليب وفي كثير من الوظائف الضرورية التي تستطيع بها أن تختار وتحافظ على حكومة منظمة وتمثل في:

1- تحقيق التكامل القومي:

1- المرجع نفسه، ص. 129.

2- المرجع نفسه، ص. 134.

3- محمد سويدي، علم الاجتماع السياسي ميدانه وقضاياها (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1990)، ص ص. 103، 104.

في الدول التي تعاني من الانقسامات على أسس عرقية ولغوية ودينية وطائفية وجهوية، اجتماعية واقتصادية، يشجع الحزب على تحقيق الوحدة القومية ويعمل على التوفيق بين وجهات النظر المتعارضة بين الأفراد والجماعات، كما يعمل على التهوين من شأن الاختلافات الشخصية أو الطبقية، حيث يكون انتماء الأفراد إلى الأحزاب على أساس البرامج والأفكار والمصالح وليس على الأسس العرقية، مع إعلاء شأن كل ما يرمي إلى تنمية المصالح المشتركة وإضعاف روح التنافس والتفرقة بين أبناء الوطن الواحد.¹

2-التعبئة السياسية:

إن هذه الوظيفة تبرز بصفة أساسية في نظم الحزب الواحد أو الحزب المسيطر وتنبع من النشاط الذي يمارسه هذا الأخير، فحشد المواطنين وجعلهم يعتقدون المشروع السياسي والتصويت على أعضائه هو أحد الأدوار الأساسية التي يقوم بها الحزب خلف النظام الحاكم أو خلف الزعامة السياسية التي تترتب على قمة الدولة والحزب معاً، فقد استخدمت الأحزاب أدواراً عديدة لتحقيق هذا الهدف الذي من شأنه توسيع قاعدة التأييد السياسي للسلطة الحاكمة و جمع أكبر عدد من الناخبين.²

3-التنشئة السياسية:

تعتبر الأحزاب السياسية من أهم وسائل التنشئة السياسية، ويقصد بها العملية التي يكتسب المواطنون بواسطتها القيم والاتجاهات السائدة ذات الدلالات السياسية، وكذلك القيم والمشاعر اتجاه النظام السياسي السائد في البلاد، وهي عملية مستمرة وآلية تؤثر بها الأحزاب السياسية في الثقافة السياسية السائدة في المجتمع، وتسعى إلى زيادة الوعي السياسي لديهم بتقديم كافة المعلومات من خلال التجمعات والمؤتمرات التي تعقدتها دورياً، ويتوقف نجاح الحزب في القيام بهذه الوظيفة على اعتبارات تتمثل في الإيديولوجية، الكاريزما، والبنیان التنظيمي.³

4-إنارة الرأي العام وتكوينه:

يعمل الحزب كمنظمة تعليمية هنا، فيقدم للشعب مختلف المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بطرق واضحة ومبسطة توظف فيه الوعي السياسي، ويوضح لهم مشاكل الشعوب وتبسيط أسبابها واقتراح حلول لها،

- ع الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص.108.

-المرجع نفسه، ص.121.

- حاروش، مرجع سابق، ص.139.

وفي ضوء ذلك تتكون لدى الأفراد ثقافة سياسية ورأي عام مستنير نظمته الأحزاب السياسية، مما يمكن المواطنين من المشاركة في المسائل العامة والحكم على الأمور بطريقة موضوعية مع التأثير في جهاز الحكم.

5- إدارة الصراع السياسي في المجتمع:

تلعب الأحزاب السياسية دورا هاما في التعامل مع الصراع داخل الدولة بشكل يبعدة عن دائرة العنف والتطرف، وتتبع الأحزاب في ذلك وسيلة يتم بها حسم اختلاف الرأي بشكل سلمي، ويتوقف ذلك على مجموعة من العوامل أهمها:

-مدى اتساع قاعدة الأحزاب السياسية وانتشارها في أنحاء البلاد.

-طبيعة علاقة تلك الأحزاب بالهيكل الحكومية القائمة وبالقاعدة الشعبية.

-التجاهات ومهارات وكفاءة تلك الأحزاب وقادتها.

6-ضمان الحريات العامة:

يعتبر وجود الأحزاب وتعددتها أمرا ضروريا لصياغة حرية الرأي والاجتماع، والتعبير عن آرائهم بطريقة منظمة، مما يزيد من التماسك والترابط بين الحاكم والمحكوم، ويدخل في هذا المضمار حرية تكوين الأحزاب السياسية والانضمام إليها، فلا ينبغي أن تتعرض حريات هذه الأخيرة لمعوقات قانونية تحد منها، فمن المتناقضات في بعض النظم القانونية وجود نص يبيح حرية التجمع والتعبير ثم نجد في ذات النظام القانوني ما يمنع ويجرم القيام بمظاهرات سلمية، أو يسمح بها في إطار قيود أمنية. وعليه يتوجب أن تتواءم التشريعات ككل في انسجام مع حماية الحريات الحزبية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.¹

7-المشاركة السياسية:

تساهم الأحزاب السياسية في تشجيع التجمع الإنساني بكل صوره لتحقيق أهداف مشتركة، مثل: التجمع الإنساني، وتدريب المواطنين على العمل السياسي، تشجيع المشاركة السياسية في شؤون بلادهم وزيادة الشعور

¹-ع القادر مشري، الأحزاب في الديمقراطيات الغربية(الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص.121.

بشرعية الحكومة من خلال الحملات و عمليات الحوار، مما يعمل على شعور الأفراد بالأمن السياسي والشجاعة في إبداء آرائهم في الشؤون العامة.¹

المبحث الثالث: الإطار النظري والمفاهيمي للانتخابات.

نظرا للارتباط الوثيق بين الانتخاب والديمقراطية في العصر الحديث، أصبح يمثل الوسيلة الأساسية لإسناد السلطة بواسطة الإدارة الشعبية، وهو الأداة التي تسمح بإسهام الشعب في صنع القرار السياسي بصورة تتلاءم مع مقتضيات العصر، ويعتبر كذلك الوسيلة المثلى لتحقيق التطابق المفترض بين إدارة الحكام والمحكومين وهو بذلك يمثل صياغة توفيقية بين خضوع الشعب لنوابه وسيادته عليه.

المطلب الأول: مفهوم الانتخابات.

1-التعريف اللغوي:

يقال في اللغة نخب، أو انتخب الشيء أي اختاره، وانتخب الشيء انتزعه أخذ نخبه، والنخبة ما اختار منه ونخبة القوم، ونخبتهم خيارهم.²

الانتخاب: هو الاختيار والانتقاء ومنه النخبة، وهم جماعة تختار من الرجال فتنزع منهم.³

¹-المرجع نفسه، ص.150 123.

²-Le Dictionnaire De Politique Définition D'élection:www.toupic.org/dictionnaire_election.Htm

تاريخ الإطلاع: (02.04.2019)، (18:22).

³-لسان العرب، جمال ابن منظور محمد الأنصاري(مصر، الدار المصرية للتأليف والترجمة، ج2)، ص.649.

أما في المعاجم الحديثة، فقد ورد مصطلح الانتخاب على أنه مشتق من الفعل "نَحَبَ" يَنَحِبُ نَحْبًا فهو نَاحِبٌ، والمفعول مَنْحُوبٌ، ونَحِبَ الشيء أخذ أحسنه وأفضله، و"انتخب" من الفعل ينتخب انتخابًا أي انتقاه واختاره من بين الآخرين، والانتخاب مفرد جمع "انتخابات" مصدر "انتخب" اختار أحسن الأنواع والأنماط والصفات العالية للحصول على نتائج أفضل.¹

2-التعريف الاصطلاحي:

يعرف الانتخاب على أنه قيام الناخبين باختيار البعض منهم شريطة أن يكونوا ذوي كفاءة لتسيير أجهزة سياسية وإدارية محضنة وذلك من خلال عمليات التصويت، ويقصد به أيضا إبداء الرأي حول قضية معروضة، وإلزامية الحصول على شرعية شعبية معينة قبل اتخاذ أي قرار.

يعرف دافيد إستون "David Easton" الانتخابات على أنها: "تعبير يقدمه المواطنون عما ينتظرونه من النظام السياسي، ويقوم هذا الأخير بالتعبير عن تلك الأماني في شكل قرارات وتطبيقها مثيرا ردود أفعال تتجسد هي الأخرى في شكل أماني جديدة".

أما بودون "Boudon" قال بأنها: "إجراء وممارسة يتم بفضلها تجميع الاختيارات الفردية إلى قرار جماعي وإقرارها إلى قانون جماعي يسري على جميع أفراد الجماعة، كذا إجبارهم على تطبيقه سواء استحسنوا أو لم يستحسنوا رأي الأغلبية".

وفي دراسة "جوزيف شوميز" في كتابه الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية الصادر سنة 1942 فربط بين الديمقراطية والانتخابات بقوله: "إن النهج الديمقراطي هو اتخاذ تدابير مؤسساتية من أجل التوصل إلى قرارات سياسية، يكتسب من خلالها الأفراد سلطة اتخاذ القرار عن طريق: التنافس على الأصوات".²

حيث ربط بين أي نظام سياسي ديمقراطي ومدى اختيار صناع القرار انتخابات عادلة ونزيهة ودورية، يتنافس فيها المرشحون على أصوات الناخبين لما تنطوي عليه العملية الانتخابية من جوانب سياسية واجتماعية وديمغرافية.

تعددت مداخلات الكتاب في تبيان المعنى الاصطلاحي للانتخاب، فقد ركز البعض منهم على الناحية الإجرائية للانتخابات فعرفوه بأنه: مجموعة من الإجراءات والتصرفات القانونية متعددة الأطراف والمراحل،

¹-معجم اللغة العربية المعاصر، أحمد مختار عمر (مصر: القاهرة، عالم الكتاب للنشر و التوزيع والطباعة، ط1، ج1، 2008)، ص.2181.

²- صامويل هنتنكتون، الموجة الثالثة للتحوّل الديمقراطي في أواخر القرن العشرين(الكويت، دار سعاد الصباح، مركز ابن خلدون، ط1)، ص.27.

يخضع بمقتضاها إلى تحديد الهيئات الحاكمة في الدولة لموافقة وإرضاء المحكومين، الذين هم أصحاب السلطة الحقيقية في المجتمع.

بالتعمق في التعريفات يتضح صعوبة الحصول على تعريف جامع للانتخابات، كون العملية الانتخابية على تماس وترابط مع العديد من جوانب الحياة، كما أن النظر إلى مفهوم الانتخابات يختلف باختلاف الأيديولوجيات والتطبيقات.¹

كما ركز بعض الفقهاء على جانب الاختيار في العملية الانتخابية بالقول أن: "الانتخابات عملية اختيار الناخبين لشخص أو أكثر من المرشحين لتمثيلهم في حكم البلاد"، أما آخرون فينظرون للانتخابات على أنها: "الوسيلة الأساسية الوحيدة لإسناد السلطة في النظم الديمقراطية المعاصرة من ناحية ولتحقيق حق المشاركة في الحياة السياسية لأفراد الشعب من ناحية أخرى".

3-التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف الانتخابات بأنها: العملية التي يقوم المواطنون بواسطتها وبشكل دوري حسب القانون باختيار ممثلهم من خلال التصويت، والذي يعد وسيلة هامة وأساسية يمكن للأفراد من خلالها التأثير على القرارات التي تخصهم، والتصويت هو قيام الفرد باختيار أحد المرشحين لتمثيله في الهيئات المنتخبة أو في اتخاذ القرارات.

المطلب الثاني: معايير نزاهة الانتخابات.

لا تشكل الانتخابات هدفاً بحد ذاته، وإنما هي آلية تمكن الناخب من اختيار قاداته ومن يتولون نيابة عنه صياغة السياسات الحكومية، وكما لنزاهة العلمية من أثر في مصداقية مخرجاتها والتأثير الذي تحدثه في سلوك الناخبين، مما جعلها محل الاهتمام الدولي ودولا ومنظمات، ولمعايرة نزاهة أي انتخابات تم تبني مجموعة من المعايير يقاس على أساسها نزاهة أي عملية انتخابية والتي رعتها مجموعة من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، هذه المعايير هي:

1-القانون الانتخابي والنظام الانتخابي:

- سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها(الأردن: عمان، دار دجلة للطباعة، ط1، 2009)، ص.26.

بالرغم من نيابة الأنظمة الانتخابية من بلد لآخر والذي تعترف به الجمعية العامة للأمم المتحدة بأنه: لا يوجد نظام انتخابي وحيد، أو طريقة انتخابية واحدة تلاءم على قدم المساواة كل الدول وشعوبها، وأن جهود الدول لتعزيز تنفيذ مبدأ الانتخابات الحرة الدورية والصادقة يجب أن لا تتأثر الشكوك حول حق السيادة للدولة وفقا لإدارة شعبها، في اختيار بحرية وأن تطور أنظمتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية سواء كانت متفقة مع أولويات الدول الأخرى أو غير متفقة.¹

وبالرغم من هذا الاعتراف بأحقية الدول في تحديد أنظمتها الانتخابية إلا أنه ينبغي أن يسير النظام المختار التعبير عن إرادة الشعب عن طريق انتخابات دورية وصادقة، بناء على اقتراح يجري على قدم المساواة بين الناخبين وأن يكون الاقتراح سرى "المساواة في قوة التصويت" وأن يتوافق والقانون الدولي في عدم التفرقة على أساس الجنس أو الدين أو الأصل الوطني أو الاجتماعي أو الرأي السياسي.²

2-تحديد الدائرة الانتخابية:

يطرح تحديد الدائرة الانتخابية أو تقسيم الدوائر الانتخابية، اعتبارات مماثلة فيما يخص الغرض والتأثير في مجال فيه بعض المرونة وبعد تمثيل السكان مسألة جوهرية لمفهوم الديمقراطية مثل: فكرة المساواة في قوة التصويت، فتحديد الدائرة الانتخابية ينبغي أن يكفل المساواة النسبية.

إن الأصوات تحمل بشكل أو بآخر قيمة متساوية، بالرغم من بعض الاختلافات البيئية بين الدول، في تحديد الدائرة الانتخابية لاعتبارات الكثافة السكانية أو الجغرافيا لكن ينبغي أن يكون محددتها الأساسي فكرة المساواة في قوة التصويت.

3-إدارة الانتخابات:

تعتبر إدارة العملية الانتخابية على نحو مستقل وغير متحيز أمرا جوهريا في الانتخابات النزيهة، فعملية الإشراف الإداري العملي لنشاط لجان الانتخابية المستقلة، حيث يتم إتباعه على نطاق واسع على مستوى العالم لبناء تقاليد الاستقلال، وعدم التحيز ونيل ثقة الناخبين والأحزاب على حد سواء، فقد أنشأت بعض الدول لجان مشكلة من ممثلي الأحزاب وممثلي الحكومة في حين يتولى إدارة العملية الانتخابية من أعضاء غير

¹-عبد الوهاب، مرجع سابق، ص.97.

²-"جاي جودوين"، جيل الانتخابات الحرة، ترجمة: أحمد منيب (مصر: القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط1، 2000)، ص.36.

متحيزين يتمتعون بثقة جميع الأحزاب، وإجمالاً ينبغي إدراك أن تعزيز الديمقراطية يتطلب أن المؤسسة التي تدير العملية الانتخابية مستقلة، وعلى درجة من الكفاءة، وأن يدرك كل المرشحات والأحزاب المشاركة في الانتخابات أنها نزيهة تماماً.¹

4- تسجيل الناخبين وحق التصويت:

من بين الضمانات المهمة السابقة للعمل بها في الانتخابات هي عملية إعداد جداول الناخبين، وكيفية التقيد والرقابة على هذه العملية، ويعد التحضير لها من أهم ضمانات نزاهة الانتخابات، بحيث تمنع الغش والتزوير والتلاعب.

إن الجداول الانتخابية تحرر مقدماً وفي مواعيد محددة سابقاً على الانتخابات مما يساعد على ضمان نزاهة تحريرها، كما تنص قوانين الانتخابات على الفصل فيها علانية، وطرق مراجعتها سنوياً بالإضافة أو الحذف عن طريق الطعن، وعادة ما تبين القوانين جهة الطعن فيما يتعلق بالقرارات التي ترصدها أثناء عملية تسجيل الناخبين، وفي معظم القوانين يكون القضاء هو المرجع المعتمد في القرارات التي تصدرها لجان القيد، وأن يتمتع كل مواطن توفرت فيه الشروط القانونية الواردة في القانون المنظم لعملية الانتخاب بحق الترشح، حيث لا يحرم منه إلا من تنطبق عليه حالات المنع القانونية، كالحرمان من الحقوق المدنية والسياسية وكذا الذين لا يتمتعون بالسلامة العقلية.²

5- الحملات الانتخابية:

لضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها على الرأي العام يجب العمل على ضمان المساواة في استخدام وسائل الإعلام من جانب المرشحين والأحزاب، وهذا يقتضي عدم التمييز بينهم وأن يحكم مبدأ المساواة منح الفرص المتكافئة لكل المرشحين للتعبير عن أفكارهم وبرامجهم الانتخابية بجميع وسائل الاتصال.

6- الاقتراع والعد والفرز:

لإضفاء النزاهة على العملية الانتخابية ينبغي أن نوضح قواعد مفصلة لتنظيم الإجراءات المعاصرة لعملية التصويت من اقتراع وفرز الأصوات، وأن توفر الهيئات المشرفة على إدارة الانتخابات المستلزمات التي تمكن الناخب من الإدلاء برأيه وصوته في الأماكن المخصصة للاقتراع.

-المرجع نفسه، ص.66.¹

-العبدلي، مرجع سابق، ص.26.²

ولأن الاقتراع يمثل الوسيلة التي من خلالها يمارس الناخب حقه في المشاركة السياسية بواسطة التأشير على بطاقة الناخب، فإن على المشرع توفير الضمانات التي تكفل تأمين حرية الناخب عند الإدلاء بصوته، بحيث لا تكون هناك ضغوط تؤثر على إرادة الناخب بالتصويت على نحو معين وبحيث تحدث وقائع تزوير على إرادة الناخبين، بالتصويت أكثر من مرة وأن يقوم بعض رجال السلطة بالتصويت، بدلا من الغائبين والمتخلفين عن الحضور.¹

وتتم عملية الفرز في مكان الاقتراع، وأن تتم بشكل علني بحضور عدد من الناخبين ويتم مطابقة عدد الأصوات الموجودة بالصندوق مع ما هو مدون بالسجل الخاص بالناخبين، وينبغي أن تتطابق الأرقام وتسجيلها كذلك في محضر وتمكين المتنافسين من نسخ لذلك المحضر وتوجيه نسخ أخرى للجهات الأخرى المكلفة بإدارة الانتخابات والمشفرة على جمع البيانات والإعلان الرسمي عنها.²

7- الشكاوي وحل النزاعات:

ينبغي لكل نظام انتخابي أن يعتمد إجراءات قادرة على التعامل الفوري والمؤثر مع الأنماط المختلفة للشكاوي، التي تستثار حول ظروف الترشح والتصويت والتفسير الخاطئ للقوانين والإجراءات الانتخابية والمنازعات المتعلقة بدقة عدد الأصوات أو الدعاوي التي من شأنها الإخلال بنزاهة الانتخابات، وأن يتم الاحتكام إلى معالجة هذه الدعاوي من قبل لجان متنقلة وغير متحيزة، كان تكون لجنة انتخابية أو محاكم، ويتم الفصل في هذه الدعاوي في الوقت المناسب وأن تكون هذه الإجراءات متاحة ومعروفة للأفراد والناخبين والأحزاب.³

المطلب الثالث: وظائف الانتخابات.

على اختلاف أوجه ممارسة الديمقراطية وآلياتها الإجرائية، العملية الانتخابية والتي لا تعد هدفا في حد ذاتها وإنما هي آلية لها مقاصد تصبوا لبلوغها، والتي تمكن من المشاركة الفعلية والمباشرة في اتخاذ القرارات، وتمثل وظائف الانتخابات في:

1- عبد الوهاب، مرجع سابق، ص ص. 77- 75.

2- المرجع نفسه، ص. 137.

3- غطاس عبد الرزاق، دور الحملة الانتخابية في الحد من العزوف الانتخابي، مذكرة ماستر منشورة (جامعة قاصدي مرباح: كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2015/2016)، ص. 20.

1-التعبير عن مبدأ "الشعب هو مصدر السلطة":

تقوم الانتخابات بوظيفة التعبير عن مبدأ الشعب هو مصدر السلطة بإتاحة الفرصة أمام الناخبين لممارسة أبرز صور المشاركة السياسية وفي عملية صنع القرار، من خلال آلية التمثيل النيابي، وهذا يعني أن الحكومة تستند في مظاهر السلطة إلى عنصر التفويض الشعبي والربط بين مبدأ أن الشعب هو مصدر السلطة والانتخابات، ويحدد الطريقة التي يستمد من خلالها الحكام السلطة من الجماهير، وكذا الطريقة التي يمكن للجماهير من خلالها ممارسة في المقاومة والتعبير عن آمالها ومطالبها.¹

2-اختيار الحكام:

توفر الانتخابات أحد الآليات التي يتم من خلالها اختيار الحكام بتفويض شعبي، وذلك بانتقال السلطة إلى المرشحين الفائزين في الانتخابات، ولا يفترض بالضرورة أن يقوم نواب المجالس النيابية بالعمل وفقا لرغبات الناخبين إذ أن عملية الانتخاب هي ما تسمى بنظرية التفويض، أي تفويض هؤلاء النواب ومنحهم قدرا كافيا من السلطة لاقتراح سياسات واتخاذ قرارات وذلك تبعا للأوضاع التي يواجهونها أثناء فترة عملهم كنواب الشعب، وبغرض تحقيق ما يروونه متوافقا مع المصالح العامة للناخبين.²

3-تسوية الصراعات السياسية بطرق سلمية:

تعد الانتخابات آلية التداول على السلطة من قبل اللاعبين السياسيين المتنافسين من خلال احتكام أطراف اللعبة السياسية، الحكومة والمعارضة إلى نتائج الانتخابات بالتسليم بشرعية الفائزين بالخصوص من قبل الخاسرين منهم، وهو ما يؤدي إلى انتقال سلمي للسلطة بعيدا عن الانقلابات.

4-توفير الشرعية السياسية وتجنيدھا:

فالانتخابات تقوم بوظيفة شرعية شعبية للحكومة المنتخبة أو تجديد شرعية الحكومة القائمة، فعن طريق الانتخابات الديمقراطية سيصل إلى مواقع صنع القرار أولئك الذين يحظون بقبول الناخبين، فالشرعية تستند في النظم الديمقراطية إلى الحكومة المنتخبة وتعمل في إطار المبادئ الديمقراطية وبآلية الانتخابات التنافسية الدورية

¹ - عبد الفتاح ماض وآخرون، الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الأقطار العربية(لبنان: بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2009)، ص.37.

- فاطمة مساعيد وآخرون، التحول الديمقراطي وآلياته(الأردن: عمان، دار الراية للنشر، 2012)، ص.108.

ضمن ما يتضمنه الإطار الدستوري للدولة، الذي يخضع له المتنافسين السياسيين باعتبار الانتخابات آلية لمساءلة المسؤولين ومحاسبتهم وآلية للمشاركة السياسية.

5-التجنيد السياسي والتثقيف السياسي:

من أهم الوظائف التي تؤديها الانتخابات الديمقراطية هي الدور التعبوي العام، فهي مصدر من مصادر التجنيد السياسي من خلالها تقوم الأحزاب باختيار المرشحين، ويتولون إعداد البرامج السياسية لمواجهة المشكلات والتحديات العامة التي تواجهها مجتمعاتهم، والذين يتولون تنفيذها بعد نجاحهم في الانتخابات، مما يجعلها معبرا في إعداد القادة وتأهيلهم لتولي المناصب العليا، والذي بدوره يؤدي إلى تجديد حيوية المجتمع، وتتولى الانتخابات عبر الأحزاب المتنافسة عملية إعلام المواطنين بالبرامج الانتخابية مما يؤدي إلى تثقيف المواطنين بشأن العام عبر إذاعة مختلف البرامج الدعائية خلال الحملة الانتخابية.¹

المطلب الرابع: أهمية الانتخابات.

تعود أهمية الانتخابات إلى عدة نظم قانونية، بمبدأ مشروعية ممارسة السلطة وتداولها باسم الشعب، ويوصف الانتخابات بأنها ممارسة ديمقراطية فإنها كفيلة أن تعمل على غرلة الأحزاب السياسية بحيث يكون البقاء لمن يستطيع تقبل الديمقراطية فقط، أما من لم يستطع ذلك فإن الانتخابات تبعده خارج السلطة، كما تعمل الانتخابات على بناء المؤسسة الدستورية "العامل المفقود في غالبية نظم الأقطار العربية" بحيث لا تستطيع مؤسسة أو فرد التفرد في اتخاذ القرارات دون الرجوع إلى باقي المؤسسات في الدولة حيث يستمد الجميع قبوله من الشعب.

تكمن أهمية الانتخابات في عنصرين هما:

العنصر الأول:

تعد الانتخابات أداة لتمثيل المحكومين وتطبيق هذه الأداة يضمن الشرعية على الفئات الحاكمة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن الانتخابات تعد العامل المهم في مولد هياكل الاتصال وتطورها الأحزاب السياسية.

- ماض، مرجع سابق، ص.33¹.

العنصر الثاني:

الانتخابات وسيلة "أداة" للاتصال بين الحاكمين والمحكومين، ويعبرون عن ذلك بأن الانتخابات قد تخطت وضعيتها الأولى بكونها أداة لتمثيل المحكومين إلى كونها عاملا مساعدا يحول احتياجات المحكومين إلى قرارات. ففتسح أهمية الانتخابات إلى:

1- تعد الانتخابات بمثابة "صك شرعية" التي تتمتع بها الحكومة المختارة فشرعيتها وتبرير ممارستها وبرامجها وسياستها كلها تستند على القانون.

2- الانتخابات أفضل لعملية لإقامة حكومة ديمقراطية تتشكل من هيئة الناخبين.

3- عن طريق الانتخابات تكون للمواطن فرصة الإفصاح عن رغبته في اختيار الحكام الذي يرى أنهم مناسبين للمراكز الحكومية.

4- الانتخابات هي طريقة لحث المسؤولين على أن يكون أهلا للمسؤولية وأن يسعوا سعيا جديا لإرضاء الأفراد الذين انتخبوهم، كما يتوقف مستقبلهم السياسي على تقريرهم لإخلاصهم واستجابتهم لمطالبهم.¹

أهمية الانتخابات في الإسلام:

يرى بعض الفقهاء أن الانتخاب فريضة شرعية وضرورية لاختيار الحكام وممثلي الشعب في المجالس النيابية، وهي نوع من الشهادة بمصطلح قرآني وإن لم يرد اللفظ في القرآن، كما يعد ضرورة واقعية وفريضة شرعية حتى لو كانت الدولة تزور الانتخابات فلا يكون سببا في تخلي المواطن عن الإدلاء بصوته.

إن كان لفظ الانتخاب بمعناه السياسي لم يرد في القرآن لكن هناك اتفاق بين علماء الشريعة على أنه يساوي لفظ الشهادة الوارد كثيرا في القرآن الكريم والسنة النبوية، ويؤكد هذا التطابق علماء كثيرون أما الأدلة على وجوب الانتخاب "الشهادة" فمنها ما يأتي:

قوله تعالى: {ولا تكتموا الشهادة ومن يكتمها فإنه إثم قلبه والله بما تعملون عليم}.²

وقوله: {ولا نكتم شهادة الله إنا إذا لمن الآثمين}.³

القاعدة الفقهية "ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب" وإصلاح الفساد المحلي والخارجي لا يكون إلا بمشاركة انتخابية قوية وحماية لأصوات الناخبين.

1- أحمد الخالدي، النظم السياسية الديمقراطية (مصر: القاهرة، دار الكتب القانونية، ط1)، ص.195.

2- سورة البقرة، الآية 283.

3- سورة المائدة، الآية 106.

فيما يخص الأنبياء، لقد كانت لهم جميعا مشاركة فاعلة في الإصلاح السياسي والأخلاقي، فمثلا فعل سيدنا إبراهيم مع النمرود وموسى وهارون مع فرعون، وقد تم هذا عبر الوسائل العديدة فإذا أتاحت فرصة الانتخابات في الواقع المعاصر فلا يجوز تركها.

تؤكد أهمية المشاركة في الانتخابات قرارات المجاميع الفقهية التي تمثل أختيار علماء الأمة سواء مجمع البحوث الإسلامية في الأزهر الشريف أو مجمع علماء الهند أو المجلس الفقهي لأمريكا الشمالية والمجلس الأوروبي للإفتاء.¹

خلاصة

من خلال هذا الفصل نستنتج أن الدعاية السياسية تعتبر فن جذب الأشخاص لممارسة العملية الانتخابية، باعتبارها عملية تلاعب بالأفكار والتوجهات ومعتقدات الأفراد بغية إقناعهم وإثارة المواضيع التي تكون ضمن اهتمامات المواطنين مثل: الاستقرار والعدالة الاجتماعية، وذلك باستخدام أساليب مختلفة ومتنوعة ومدروسة للوصول إلى أكبر عدد من شرائح المجتمع المختلفة.

كما نستنتج أن للأحزاب السياسية عدة مفاهيم وأنواع تختلف باختلاف نظام الحكم وكيفية تكوينها وتركيبها وعملها، فقد اعترفت المواثيق الدولية بحق إنشائها والتأكيد على وجودها كضرورة ديمقراطية، كما أن الأحزاب السياسية في الجزائر بمفهومها التعددي قد ظهرت على شكل مناهضة للاستعمار من أبرزها حزب جبهة التحرير الوطني الذي قاد الثورة المسلحة وحقق الاستقلال لتصبح وسيطا بين الحكومة والشعب وأداة لحرية التعبير .

وعليه يمكننا القول أن الدعاية السياسية وسيلة من الوسائل التي تعتمدها الأحزاب لتحفيز ودفع المواطنين للتعبير عن رغبتهم في صناديق الاقتراع وذلك باختيار من يرون فيه الأمثلة لقيادتهم وتحقيق أهدافهم، باعتبار أن الانتخاب هو أفضل وسيلة لإقامة الديمقراطية واختيار حكومة أو حزب يتمتع بالشرعية والمشروعية لما فيه من نزاهة وشفافية تعبر عن مطالب الشعب، كما يبرر ممارسة برامجهم ونشاطهم في إطار قانوني ودستوري.

¹ - لرقم الرشيد، النظم الانتخابية وأثرها على الأحزاب السياسية في الجزائر، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة منتوري قسنطينة: كلية الحقوق، 2006/2005)، ص.10.

الفصل الثاني: الدعاية السياسية
للأحزاب ودورها في الانتخابات
بالجزائر

تمهيد

يحتل موضوع المشاركة السياسية والرأي العام مرتبة متقدمة ضمن سلم اهتمامات الدوائر السياسية، بل صار مؤشرا على مدى ما تقدمه الممارسات الديمقراطية من أجل تطور حياة المجتمعات، وركيزة أساسية لتفعيل الديمقراطية حيث يتوقف تطورها ونموها على إتاحة فرص المشاركة والتعبير عن الرأي أمام فئات المجتمع وطبقاته، وجعلهما حقا يتمتع به كل إنسان في الدولة باعتبارهما إحدى أهم الوسائل التي تساعد على تدعيم الممارسة الديمقراطية وترسيخها، وجعلها نشاط يومي عند المواطن تؤهله لمقاومة كل مظاهر الظلم والجور والاستبداد أثناء حدوثها.

نتطرق في هذا الفصل إلى محاولة إبراز العلاقة والدور الذي تلعبه الدعاية السياسية في التأثير في كل من المشاركة السياسية والرأي العام، ومعرفة ما إذا كان للدعاية السياسية دور في تفعيل المشاركة السياسية والرأي العام.

المبحث الأول: فاعلية الدعاية السياسية للأحزاب في المشاركة السياسية.

تعتبر المشاركة السياسية من مقومات النظام الديمقراطي، بالإضافة إلى اعتبارها حق للمواطن في أن يؤدي دورا معينا في عملية صنع القرارات السياسي، ويتجلى هذا الدور في مساهمة الأفراد في الحياة السياسية كناخبين أو عناصر نشطة سياسيا أو ما يطلق عليها الأحزاب السياسية.

المطلب الأول: المشاركة السياسية قراءة في المفهوم.

يقتضي الاقتراب من مفهوم المشاركة السياسية، توضيح معنى مصطلح المشاركة والتي تعني بصفة عامة، أي عمل تطوعي من جانب المواطن بهدف اختيار القادة السياسيين على أي مستوى: حكومي أو قومي والتأثير على اختيار السياسات العامة وإدارتها، وهناك من يعرفها على أنها عملية تشمل جميع صور اشتراك أو إسهام المواطنين في توجيه عمل أجهزة الحكومة، أو لمباشرة القيام بالمهام التي يتطلبها المجتمع سواء كان طابعا استشاريا أو تنفيذيا أو رقابيا، أو سواء كانت المساهمة مباشرة أو غير مباشرة.¹

كما تعني المشاركة إسهام المواطنين بدرجة أو بأخرى في إعداد وتنفيذ سياسات التنمية المحلية، سواء بجهودهم الذاتية أو بالتعاون مع الأجهزة الحكومية المركزية والمحلية، أو تلك الجهود المشتركة الحكومية والأهلية في مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة، أو التي يمكن إيجادها لمواجهة الحاجات الضرورية في حدود السياسة الاجتماعية للجميع. توجد عديد المفاهيم للمشاركة السياسية نذكر منها:

المشاركة السياسية: هي حرص الفرد على أن يكون له دور ايجابي في الحياة السياسية من خلال المزاولة الإرادية لحق التصويت أو الترشيح للهيئات المنتخبة أو مناقشة القضايا السياسية مع الآخرين أو الانضمام إلى المنظمات الوسيطة.²

هناك من يعرفها على أنها الأنشطة الإرادية التي يشارك بمقتضاها أفراد المجتمع في اختيار حكامه وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر أي أنها تعني اشتراك الفرد في مختلف مستويات العمل والنظام السياسي.

¹ - ثناء فؤاد عبد الله، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي (لبنان: بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1997)، ص. 210.

² - طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجيا المشاركة السياسية (مصر: القاهرة، دار غريب القاهرة للطباعة والنشر، 1999)، ص. 22.

يشير التعريف المعجمي للمشاركة السياسية إلى أنها الأنشطة التي ترتبط بالحكومة أو الدولة من خلال مؤسساتها السياسية أو المساهمة مع الآخرين في بعض الأنشطة والمشروعات التطوعية لصالح المجتمع إي هي القيام بدور في النشاط المرتبط بالدولة أو الحكومة أو السياسة¹.

كما يشير مفهوم المشاركة السياسية إلى تلك الأنشطة التطوعية التي يشارك فيها أفراد المجتمع اختيار القادة وقيامهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة بتشكيل السياسة العامة، وتشتمل تلك الأنشطة بصورة أساسية على التصويت والبحث عن المعلومات، المناقشة وحضور الاجتماعات، المساهمة المادية والاتصال بالنواب أما الصور الأكثر فاعلية للمشاركة هي الانضمام بصفة رسمية إلى حزب، التسجيل في الانتخابات، المنافسة على وظيفة حزبية².

يعرفها الباحث "فليب برو" على أنها: "مجموع النشاطات الجماعية التي يقوم بها المحكومون وتكون قابلة لأن تعطيهم تأثيرا على سير المنظومة السياسية، ويقترن هذا المعيار في النظم الديمقراطية التي يعتبر فيها قيمة أساسية بمفهوم المواطنة"³.

يعرفها "محمد السويدي" في كتابه (علم الاجتماع السياسي): "أنها تلك الأنشطة السياسية التي يشارك بمقتضاها أفراد مجتمع ما في اختيار حكامه وصياغة السياسة العامة بشكل مباشر مثل: تقلد منصب سياسي أو غير سياسي، مناقشة الأمور العامة... إلخ".

يعرف صلاح منسي المشاركة السياسية على: "أنها عملية ديناميكية يشارك الفرد من خلالها في الحياة السياسية لمجتمعه بشكل إرادي وواعي بغية التأثير في المسار السياسي العام بما يحقق المصلحة التي تتفق مع آرائه وانتمائه الطبقي، وتتم المشاركة من خلال مجموعة من الأنشطة أهمها المشاركة في الأحزاب والترشيح للمؤسسات التشريعية والاهتمام بالحياة السياسية والتصويت"⁴.

وتعتبر المشاركة السياسية كفعل ديمقراطي من أهم قواعد بناء الدولة الوطنية الحديثة، ومبدأ يمكن من التمييز على ضوئه بين الأنظمة السياسية الديمقراطية التي تقوم على المواطنة والمساواة في الحقوق

¹- داود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية (مصر: القاهرة، دار الفكر الجامعي، ط1، 2000)، ص.358.

²- عبد الوهاب، مرجع سابق، ص.108.

³- عامر صبع، دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية، 2007/2008)، ص.21.

⁴- المرجع نفسه، ص ص، 24 22.

والواجبات عن غيرها، بمعنى أن الديمقراطية التي لا تضمن المشاركة السياسية في كلها أو جزئها لا تستحق البقاء، وتصنف ضمن الأنظمة الاستبدادية التي تقوم على احتكار العمل السياسي.¹

وفي ضوء التعريفات السابقة يلاحظ بأنه لا يوجد تعريف محدد حول مفهوم المشاركة السياسية، فبعضهم يرى أنها المشاركة بالتصويت في الانتخابات، وبعضهم يرى أنها عملية انضمام الفرد في النقاشات السياسية بالمعارضة أو الموافقة.

المطلب الثاني: مستويات ومراحل المشاركة السياسية.

1- مستويات المشاركة السياسية: اتفق اغلب الباحثين على وجود أربعة مستويات للمشاركة السياسية وهي:

المستوى الأول: ويشمل هذا المستوى ممارسي النشاط السياسي من تتوافر فيهم ثلاث شروط هي عضوية منظمة سياسية والتبرع 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.²

المستوى الثاني: ويشمل هذا المستوى المهتمون بالنشاط السياسي الذين يصوتون في الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث على الساحة السياسية.

المستوى الثالث: ويشمل هذا المستوى الهامشيون من لا يهتمون بالأمر السياسي ولا يميلون للاهتمام بالعمل السياسي ولا يخصصون أي وقت أو موارد له، وإذا كان بعضهم يضطر للمشاركة بدرجة أو بأخرى في أوقات الأزمات أو عندما يشعرون بأن مصالحهم المباشرة مهددة أو بأن ظروف حياتهم معرضة للتدهور.³

¹- حسين قادري، المشاركة السياسية كآلية من آليات الديمقراطية في العالم العربي، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2005/2006)، ص.100.

²- صبيح، مرجع سابق، ص.26.

³- منصورى فاطمة الزهراء، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر منشورة (جامعة بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2013/2014)، ص.27.

المستوى الرابع: المتطرفون سياسيا 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 المتقاعسين، إما أن يتجه إلى استخدام صور من المشاركة تتسم بالحدة والعنف.¹

2-مراحل المشاركة السياسية:

يمر أي مواطن بعدة مراحل من أجل البدء في عملية المشاركة السياسية وبدونها لا يمكنه أن يكتسب ثقافة سياسية تؤهله لدخول الحياة السياسية كأداء الواجب الانتخابي أو تبوء منصب سياسي و هذه المراحل هي:

1- **الاهتمام السياسي:** ويندرج هذا الاهتمام من مجرد الاهتمام أو متابعة الاهتمام بالقضايا العامة وعلى فترات مختلفة قد تطول أو تقصر، 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.²

2- **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.

3- **التصويت السياسي:** ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم والمساندة المادية من خلال تمويل الحملات ومساعدة المرشحين أو بالمشاركة بالتصويت.

4- **المطالب السياسية:** وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في الأحزاب والجمعيات التطوعية.³

المطلب الثالث : متطلبات وصور المشاركة السياسية.

¹-موسوعة الشباب السياسية، منى عليوة محمود (مصر: القاهرة، مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية، ط1، 2008)، ص.45.

²- أحمد سعيد تاج الدين، الشباب والمشاركة السياسية(مصر: القاهرة، الهيئة العامة للاستعلامات، ط2، 2012)، ص.15.

³-المرجع نفسه، ص.16.

1-متطلبات المشاركة السياسية:

- تتطلب المشاركة السياسية ضرورة توافر عدد من العناصر التي تزيد من فاعليتها وتضمن بقاءها واستمرارها، وتساعد على تحقيق أهدافها وأهم هذه المتطلبات هي:
- 1- ضرورة ضمان توفير المتطلبات والاحتياجات الأساسية للجماهير مثل الغذاء والكساء والمسكن الملائم والصحة والتعليم وفرص العمل وحرية التعبير وغيرها من الاحتياجات التي تحقق الإشباع المادي والنفسي للإنسان، ويتيح له قدرًا من الاستعداد للمشاركة في الحياة العامة داخل وطنه .
 - 2- ارتفاع مستوى وعي الجماهير بأبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يمر بها المجتمع، ويكتسب هذا الوعي : إما عن طريق سعى 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، كالتقانات المهنية والعمالية والجمعيات الخاصة، والاتحادات..
 - بالإضافة إلى الأحزاب السياسية.¹
 - 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 وفعاليتها وسرعة استجابة المسؤولين، يعمق من شعوره بجدوى مشاركته ومردودها المباشر على تحسين صورة حياته وحياة الآخرين داخل المجتمع.²
 - 5- وضوح السياسات العامة المعلنة وذلك يتأتى من خلال الإعلام الجيد عن الخطط والأهداف ومدى ملامتها 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 وفتح 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 مساءلة قانونية.
 - 7- وجود التشريعات التي تضمن وتؤكد وتحمي المشاركة، وكذلك الوسائل والأساليب المتنوعة لتقديم

¹ - منى عليوة محمود، "مفهوم المشاركة السياسية"، في: <http://www.mokarabat.com/s5459.htm> تاريخ الإطلاع: (12.04.2019)، (19:12).

² - المكان نفسه.

وعرض الآراء والأفكار والاقتراحات بوضوح تام وحرية كاملة، ومع توافر الأساليب والوسائل والأدوات التي تساعد على توصيل هذه الأفكار والتي تضمن وصول هذه المشاركات لصانع القرار.

8- وجود برامج تدريبية لمن في مواقع المسؤولية سواء في الحكومة أو في المؤسسات غير الحكومية في المجتمع لتدريبهم على مهارات الاستماع والإنصات واحترام فكر الجماهير، وكذلك على أساليب استشارة اهتمام الجماهير وتنمية قدراتهم على المشاركة.

9- وجود القدوة الصالحة في كل موقع من مواقع العمل مما يستلزم التدقيق في اختيار القيادات، والتأكد من وضع الرجل المناسب في المكان المناسب. فهذه القدوة الصالحة من شأنها أن تكون مشجعة وليست معوقة للمشاركة. كما يفترض فيها إيمانها بإمكانات الشباب ودوره في عملية التنمية.¹

10- زيادة المنظمات التطوعية ورفع مستوى فاعليتها حتى تغطي أكبر مساحة ممكنة فتنشر في كل مكان وفي كل نشاط، وأن يكون لها دور فاعل من خلال إتاحة صلاحيات أكثر لها ما يجعلها أكثر تأثيراً في خدمة المجتمع.

11- تقوية دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية والسياسية مثل: الأسرة والمدرسة والجامعة والمؤسسات الدينية والأحزاب ووسائل الاتصال وغيرها... وتشجيعها على غرس قيم المشاركة لدى الجماهير.

12- ضرورة التزام وسائل الاتصال بالصدق والموضوعية في معالجة القضايا والأحداث والمشكلات المختلفة، وإفساح المجال أمام كافة الآراء والاتجاهات والأفكار للتعبير عن نفسها بغض النظر عن انتماءاتهم الحزبية أو المهنية.²

2- صور المشاركة السياسية:

¹ - سامية خضر صالح، المشاركة السياسية والديمقراطية (مصر: القاهرة، جامعة عين الشمس، 2005)، ص.50.
² - علي عبد الفتاح علي، الإعلام والتنشئة الاجتماعية (الأردن: عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013)، ص.13.

يمكننا القول بأن أهم صور المشاركة السياسية هي كالتالي:

1- **الأحزاب السياسية:** يمكن أن تدرس من خلال عدة زوايا سياسية واجتماعية وتنظيمية واقتصادية وقانونية، فدراستها تمثل تحدياً أمام المتخصصين لمجموعة من العوامل منها ما هو داخلي كنشأة هذه الأحزاب وبنائها التنظيمي ونمط الزعامة والعلاقة بين القادة والأعضاء وأيديولوجيتها وأهدافها وبرامجها، ومنها ما هو خارجي كالبيئة السياسية والاقتصادية والقانونية التي تعمل فيها الأحزاب ونظام حكم الدولة وطبيعة النظام القانوني لعمل الأحزاب والانتخابات، وعلاقة الأحزاب بالدولة والمجتمع والأحزاب الأخرى يعرف الحزب بأنه مجموعة من الناس يشتركون في المصالح، والآراء والأفكار نفسها، هؤلاء الناس يجتمعون سوياً في مؤسسة لديها "تنظيم" دائم يستند إلى تشريعات توضح الأهداف والأفكار والمبادئ العملية من أجل الوصول إلى السلطة وممارستها ومن تم تنفيذ مشروع سياسي أو برنامج مشترك في إطار احترام مبادئ السيادة الوطنية والديمقراطية.¹

2- **المشاركة في العملية الانتخابية:** يوجد العديد من التعاريف للانتخابات حيث يعرفها الدكتور صلاح الدين فوزي أنها "الإجراء الذي يعبر به المواطنون عن إرادتهم ورغبتهم في اختيار حكامهم ونوابهم البرلمانين من بين عدة مرشحين".

كما عرف بعض الفقهاء الفرنسيين الانتخاب بمجموعة التصرفات والإجراءات القانونية، متعددة الأطراف، وتجري على مراحل بموجبها تم تحديد الهيئات الحاكمة العليا في الدولة بعد موافقة أصحاب السلطة الحقيقية في المجتمع.²

تكمن أهمية الانتخابات في أنها:

- تعطي الشرعية: حيث تعطي الانتخابات للهيئة المنتخبة الشرعية لممارسة السلطة وحق إصدار الأنظمة والتشريعات التي تراها ضرورية لتنظيم حياة المجتمع.
- توفر المشاركة: تقدم الفرصة أمام أكبر نسبة من المواطنين للمشاركة السياسية من خلال حقهم القانوني في التصويت والترشح.

¹ - حسبية غارو ، دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة - دراسة حالة الجزائر 2007/1997 ، مذكرة ماجستير منشورة (جامعة ميلود معمري - تيزي وزو: قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2013/2012)، ص.43.

² - المرجع نفسه، ص.26.

- حرية الاختيار: حيث تعطي المواطنين الفرصة لاختيار الشخص المناسب لإدارة الشؤون العامة.
- المراقبة والمتابعة : حيث تمكن المواطنين من مراقبة ومتابعة الهيئات المنتخبة والتأكد من تطبيقهم للأفكار التي عرضوها أمام المواطنين الذين انتخبوهم.
- المساواة بين الناخبين : إن القوانين المعمول بها تؤكد على مبدأ المساواة ، مما يعني عدم وجود أي تمييز بينهم، فيما يتعلق بممارستهم لحقهم في الانتخاب.¹
- 3- المشاركة في عملية الاستفتاء: يقصد بالاستفتاء الشعبي أخذ رأي الشعب في أمر من الأمور ، وقد جاء تعريفه بنفس المعنى من خلال المعجم القانوني الفرنسي بحيث نص على: "يدل هذا التعبير على أداة ديمقراطية شبه مباشرة وبموجبها تدعي هيئة المواطنين إلى أن تعبر عن طريق تصويت شعبي ، عن رأيها أو إرادتها تجاه تدبير اتخذته سلطة أخرى أو تنوي اتخاذه.²
- الاستفتاء referendum هو الطريقة الديمقراطية المباشرة لمشاركة الشعب في سنّ الشرائع الدستورية والقانونية التي تحكم البلاد، وذلك بالتصويت على ما تعرضه عليه منها السلطات الحاكمة، أو على ما يطلبه أو يقترحه هو نفسه منها.³

المطلب الرابع: علاقة الدعاية السياسية بالمشاركة السياسية.

¹- صالح الحسين علي عبد الله، الحق في الانتخاب (دراسة مقارنة) (العراق، المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2012)، صص، 139-322.

²- المرجع نفسه، ص.99.

³- محمد بكرور، "الاستفتاء الشعبي ضمن إطار الفقه والقانون المقارن"، في: <http://pulpit.alwatanevoice.com/articler/2019/04/27/77366.html> تاريخ الإطلاع: (27-04-2019)،

(16:37).

تعرف الدعاية السياسية على أنها أحد الآليات المعتمدة في الحملة الانتخابية للمرشح أو الحزب، وذلك من أجل تقديم شخصية سياسية تحظى بقناعة الناخب للحصول على صوته، فتتعدد البرامج والوعود الانتخابية في سبيل استمالة وجلب اهتمام الناخب ومشاركته في النشاط السياسي، لذلك يصبح إلزاما على إدارة الحملة الانتخابية ابتكار أساليب ووسائل دعائية تستهدف فيها الفئات الانتخابية بمختلف توجهاتها لتجذبها وتنشر الوعي السياسي لدى الأفراد فتوجهها لصناديق الاقتراع، بالإضافة إلى أن الدعاية السياسية تعتبر أحد الوسائل المعتمدة لتحسين الإدراك لدى المتلقين ودفعهم للمشاركة السياسية ومساندة سياسات الحزب وبرنامجه.¹

تعد الأحزاب السياسية مؤسسة سياسية تعمل على تحقيق المشاركة السياسية وتفعيلها، فهي تعتمد بدرجة كبيرة على المنخرطين في تنفيذ برامجها وتحقيق أهدافها، حيث يشارك هؤلاء الأعضاء بنسب متفاوتة في التبشير بأفكار الحزب والدعاية له، المشاركة في حملات الحزب الانتخابية، الندوات الفكرية ولقاءاته التعبوية.

إن للدعاية دور حيوي داخل الأحزاب السياسية فهي عملية أساسية لتبادل المعلومات والتفاعل مع الأفراد، وذلك بالاستعانة بمستشارين في الدعاية السياسية خلال فترة الانتخابات أين يحتاج الحزب إلى خبرة حقيقية في مجال التصميم وإخراج الملصقات الإعلانية، المناشير والمطبوعات الموجهة للجماهير، من أجل الترويج بصورة إيجابية عن أحزابهم لدى الرأي العام لتحفيزه على المشاركة في العملية الانتخابية.

وعليه يمكن اعتبار المشاركة السياسية أهم مقياس يمكن اتخاذه لمعرفة مدى فاعلية وتأثير الحملة الدعائية على المشاركة الشعبية، باعتبارها الحالة التي بمقتضاها يمكن للأفراد التعبير عن آرائهم في القضايا الوطنية كاختيار النواب والممثلين في المجالس المحلية والنيابية، وتظهر نتائج هذا المقياس من خلال نتائج العملية الانتخابية، كما نستنتج أن دور الدعاية السياسية في المشاركة السياسية دور فعال في عملية التنشئة السياسية للأفراد، فهي تعمل على تغيير الاتجاه والمعتقد وتشارك في تكوين القيم السياسية لهم ودفعهم للاهتمام بالسياسة والمشاركة فيها، كما تلعب دورا هاما في تكوين الرأي العام من خلال نشر الأفكار والآراء وبالتالي دفعهم للمشاركة السياسية.²

المبحث الثاني: ماهية حرية الرأي والتعبير.

¹ - عاطف أحمد فؤاد، علم الاجتماع السياسي (مصر: الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1995)، ص. 56.

² - عدنان الهياجنة، العملية الانتخابية وتعزيز المواطنة (الأردن: عمان، الجامعة الهاشمية، 2012)، ص. 03.

بما أن الدعاية السياسية للأحزاب هي مجموعة من الأنشطة التي تستهدف زيادة وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي، حزب معين، باستخدام مختلف الوسائل الدعائية لإدارة الحملات الانتخابية فإن غرضها الأول والأساسي هو التأثير على اتجاهات أكبر عدد من الأفراد والتأثير في الرأي العام لكسب التأييد والمساندة، حيث يقوم المختصون بتقديم مجموعة من الخدمات التي تساعد في تغيير أو بناء رأي عام حول برنامج المرشح أو الحزب، فالدعاية السياسية لا تنال من حرية اختيار المواطن بل تقدم له الاختيارات الأفضل وتسهل عليه عملية الاختيار النهائي.

المطلب الأول: مفهوم حرية الرأي والتعبير.

الحرية هي ضد العبودية، فيقال حراً يحر حراراً أي عتق و صار حراً، والحر نقيض الأمة وجمعها حرائر، أما حرية الرأي والتعبير فيقصد بها كفالة يتمتع بها كل إنسان بالحق في إبداء رأيه وتلقي المعلومات والأفكار دون تدخل من جانب الغير.

ومن ثم حرية الرأي والتعبير لا يقتصر أثرها على صاحب الرأي وحده، بل يتعداه إلى غيره في المجتمع، ويرى البعض أنها فتح المجال الواسع أمام الإنسان لالتماس المعرفة والإحاطة بأسرارها للاستفادة الشخصية منها في تكوين رأيه الذي يؤمن به تمهيدا لنقلها إلى غيره من الأشخاص. ويرى البعض أيضا أنها إمكانية كل في التعبير عن آدائه وأفكاره ومعتقداته الدينية بكافة الوسائل المشروعة، سواء كان ذلك بالقول أو بالرسائل أو بوسائل الإعلام المختلفة كما يرى البعض أنها روح الفكر الديمقراطي لأنها صوت ما يجول بخاطر الشعب وطبقاته، فحق الرأي يكمن في النفس أما حق التعبير فهو أن يفصح عما يحتاج إليه من خدمات.¹

تعريف الرأي العام:

إذا كان الباحثون قد أقروا بأهمية الرأي العام ودوره فقد اختلفوا في تعريفه، هذا التباين في تعريف الرأي العام ينبع من اختلاف طبيعة تخصص كل منهم، يعرف كل من جيمس برايس ودوب عالمي الاجتماع الأمريكيين الرأي العام بقولهما أنه: "اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع آراء التي يدين بها الناس المنتمون إلى جماعة اجتماعية نفسها إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة".

¹ - مصطفى محمود العفيفي، الحقوق المعنوية للإنسان (مصر: القاهرة، دار الفكر العربي، 2001)، ص ص 22-25.

ويقول الدكتور أحمد بدر في كتابه "صوت الشعب" بشأن الرأي العام: "الرأي العام هو التعبير الحر عن آراء الناخبين، أو من حكمهم بالنسبة إلى المسائل العامة المختلف عليها على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات المصلحة العامة وبحيث يكون التعبير ممثلاً لرأي الأغلبية ولرأي الأقلية".¹

وفي هذا الإطار يعرف الدكتور محمد عبد القادر حاتم بدوره الرأي العام ضمن كتابه "الإعلام والدعاية" فيقول: "الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ذات اعتبار ما".

ويرى الدكتور مختار التهامي في كتابه "الرأي العام والحرب النفسية" أن الرأي العام هو: "الرأي السائد بين الأغلبية الشعبية الواعية في فترة معينة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشراً".²

تعريف إجرائي للرأي العام:

الرأي العام هو ما يتفق عليه مجموعة معينة من الأفراد حول موضوع معين أو قضية ما تكون محل اهتمام الجمهور وتحمل وجهات نظر متباينة أو مختلفة وهو أيضا تعبير جماعي لآراء مجموعة من الأفراد تجمعهم أهداف وحاجات وطموحات واحدة.

المطلب الثاني: مظاهر الرأي العام وحرية التعبير.

¹ - محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام (مصر: القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008)، ص.58.

² - سكري، مرجع سابق، ص.24،25.

نعني بمظاهر الرأي العام طرق التعبير عن الرأي وإرادة الجماهير أي أنها الصور والأشكال التي يستخدمها جمهور الرأي العام في التعبير عن وجهات نظرهم، واتجاههم اتجاه القضايا والمشاكل التي تمس مصالحهم أو مبادئهم.

ونسنتعرض المظاهر الإيجابية للرأي العام وحرية التعبير ومظاهره السلبية كالتالي:

1-المظاهر الايجابية للرأي العام:

● الثورات:

الثورة هي أسلوب عنيف للتعبير عن الرأي العام، وتندلع الثورة حين يرسخ في ضمير الجماهير أنه لا فائدة من التعبير الكلامي فقط عن مطالبهم وآمالهم، وحين تكون السلطة الحاكمة في واد وآمال ومتطلبات الجماهير في واد آخر فالثورة محصلة الإحساس بالتخلف والإيمان بضرورة التخلي عن القيود المفروضة على الشعب، وتهدف الثورة إلى إحداث تغيير جذري شامل في الأفكار والقيم والمعايير السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة في المجتمع، ولهذا كانت الثورة دائما بعيدة الأغوار بما تحدثه من تغيير في الشكل والمضمون داخل المجتمع وبالتالي فالثورة تعتبر عملية مستمرة، لها صفة الدوام مادامت ظروف المجتمع في حاجة إلى التغيير، ولقد عرفت البشرية أنواعا عديدة من الثورات على مدى تاريخها الطويل فهناك ثورة دموية، وهناك الثورة البيضاء بدون إراقة الدماء، ومن الثورات ما يهدف لتغيير الإيديولوجية السائدة في المجتمع ومثالا على ذلك ثورة أكتوبر 1917 في روسيا والتي كان على أساسها الفكر الماركسي الشيوعي، وهناك الثورة الثقافية التي اندلعت في الصين الشعبية فهي ثورة لإعادة تشكيل عقول الشعب لمعالجة الصراع الطبقي والتناقضات بين الناس ومن ذلك نجد أن الثورة هي أسلوب قوي يمارسه بعض قادة الرأي لفرض آراءه وأماله وتطلعاته على السلطة الحاكمة وكذلك هي أسلوب يمارسه لفرض معتقداتهم على مستوى المجتمع بأكمله، ويحاولون استقطاب آراء الجماهير للحصول على التأييد الشعبي اللازم لنجاح الثورة.¹

● الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة:

¹ - علي البسيوني، الرأي العام وأثره في النظم السياسية المعاصرة وتأثيره في نظام الحكم (مصر: الإسكندرية، المكتب الحديث العربي، 2013)، ص.41.

في الدول الديمقراطية التي تقوم على أساس الحريات العامة ومنها حرية الرأي وحرية الفكر وحرية التعبير نجد اهتمامات واسعة لعقد الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة والمؤتمرات الشعبية، والقصد من تشجيع الحكومات الديمقراطية لجماهير الشعب لحضور مثل هذه الأشكال من التجمع الشعبي، هو تنمية الوعي السياسي لديها حتى تكون أهلا للمشاركة السياسية في إدارة بلادها وفي اتخاذها القرار السياسي الذي يمس مصالح الشعب وحاجاته السياسية، فهذه المناسبات الشعبية يحدث فيها لقاء فكري بين الجماهير لدراسة مشاكل المجتمع والخروج بتوصيات وآراء عامة، تكون مرشدا للقيادات والحكومات وهدايا لهم نحو طريق تحقيق آمال الجماهير، وهذه المناسبات الشعبية تعد مظهرا من مظاهر التعبير عن الرأي العام الحقيقي للمواطنين ويتواجد فيها عادة قادة الرأي والفكر والمسؤولين عن الحكم والمحللون السياسيون لاتجاهات العامة لجماهير الشعب.¹

• استخدام أجهزة الإعلام المتنوعة للتعبير عن الرأي العام:

إن العصر الذي نعيشه الآن يمكن أن نطلق عليه عصر الإعلام فقد تقدمت وسائل الاتصال الجماهيري تقدما مذهلا خلال القرن العشرين واستطاعت هذه الأجهزة أن تلغي حاجز الزمان والمكان، بين الشعوب المختلفة، وأصبحت الأنباء والآراء تنتقل في أقل من الثانية الواحدة لكافة أنحاء الكرة الأرضية، وكان لتقدم الاختراعات الحديثة في مجال وسائل الاتصال الجماهيري اخطر الآثار بالنسبة للرأي العام، فكثيرا ما يستغل الرأي العام هذه الأجهزة المختلفة للتعبير عن أفكاره وآراءه واتجاهاته، ومن أمثلة وسائل الإعلام الحديثة (الإذاعة، التلفزيون، السينما والموسيقى والصحافة والكتب والمصنفات الفنية والأدبية). لذلك أصبحت أجهزة الإعلام مظهرا للتعبير عن الرأي العام والخاص في الدول الديمقراطية غير أن الدول التسلطية تلجأ إلى وسائل الإعلام لمحاولة التأثير على الجماهير وتسخرها لخدمة مصالح الفئة الحاكمة وكثيرا ما تلعب أجهزة الإعلام دورا أساسيا في تشكيل اتجاهات الرأي العام.²

¹ - عبد الرزاق عبد السميع، حرية الاجتماع (مصر: القاهرة، دار النهضة العربية، 2002)، ص.35.

² - خليل صابات، وسائل الاتصال ونشأتها وتطورها (مصر: القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1987)، ص.45.

● المظاهرات العامة:

في كثير من الأحيان يتخذ الرأي العام من المظاهرات وسيلة وأسلوباً للتعبير عن الرأي نحو مشكلة عامة تمم الشعب، والقصد من ذلك هو إشعار قادة الحكومات برأي الشعب ووجهات نظره نحو هذه المشكلة، وتسمح الدول الديمقراطية بتنظيم المظاهرات العامة السلمية كوسيلة ديمقراطية للتعبير عن الرأي العام ويهتم القادة الديمقراطيون عادة بأراء الجماهير من خلال المظاهرات العامة، ويخضعون هذه الآراء للدراسات الفورية لتحقيق مطالبها الشعبية في حدود الإمكانيات المتاحة، وبلا تعارض مع المصلحة العليا للوطن، فكتيرا ما يرفض القادة تحقيق رأي الجماهير المعبر عنه من خلال المظاهرات لأسباب قومية لا يمكن الإفصاح عنها حتى لا تتعرض أسرار الدولة للخطر، ويتحمل القادة في سبيل ذلك صعوبات كثيرة وضغوطات هائلة من الرأي العام حتى تزول أسباب الرفض لاعتبارات قومية، فيعود الحكام ويعلقون الشعب بمبررات لتأجيل تحقيق ما طلبوا وعادة ما تكون هذه المبررات متعلقة بالإستراتيجية العليا للدولة.¹

● برقيات ووسائل التأييد والمعارضة:

يستخدم الشعب هذه الوسيلة أيضا في التعبير عن رأيه وتكوين هذه الوسيلة المفيدة، حين تتسع رقعة البلاد فتكون هذه البرقيات وتلك الرسائل كومضات البرق التي تضيء فتكشف للقادة نبضات الرأي العام للاسترشاد بها في اتخاذ القرارات الحاسمة ولعلاج مشاكل الجماهير.

● إطلاق الشائعات:

وهي وسيلة كثيرا ما تستخدمها الشعوب بالحكومات للتأثير على محتويات شعوب أخرى، كما أنه في ظل النظام السلطوي قد يلجأ أفراد الشعب لنشر الشائعات كمظهر من مظاهر التعبير عن أبتهاهم وذلك لإزعاج الحكومات السلطوية وزعزعة الثقة فيها وهو أسلوب نفسي يأتي كثيرا بنتائج إيجابية، فالشائعات تجد فرصا للنمو والانتشار في ظل الظروف المتغيرة وعدم الاستقرار السياسي وفي ظل الأحكام الاستثنائية والحكم المطلق، ويكون لها تأثيرا كبيرا في تكوين الرأي العام، ويذهب "تشارلز آناندال" إلى أن الشائعة عبارة عن رواية تتناقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها.²

¹ - عبد الهادي الجوهري، دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي (مصر: الإسكندرية، المكتبة الجامعية، 2001)، ص.223.

² - عبد الكريم علي الديسي، الرأي العام-عوامل تركيبه وطرق قياسه (الأردن: عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011)، ص.30.

وتعتبر الشائعات من أهم الأسلحة في أوقات الحروب لأنها تثير عواطف الجماهير، وبذلك يلجأ القادة إلى بسط الحقائق بوضوح على الجماهير للوقوف دائما على حقيقة المواقف والأحداث لأن خطورة حجب الحقائق عن الشعب يتيح للأعداء في الداخل والخارج فرصة الوصول للرأي العام عن طريق الشائعات وغيرها، لعدم وضوح الرؤية أمام الجماهير وإحداث بلبلة في الرأي العام مما يمكنهم من تحقيق آمالهم.

● الانتخابات:

الانتخابات وسيلة ديمقراطية لحكم الشعب بالشعب، فينتج عنها إبداء الجماهير رأيها في من يصلح لتولي مسؤولية الحكم وكذلك لاختيار ممثلي الشعب في المجالس الشعبية المختلفة، وهي وسيلة تظهر فيها قوة الرأي العام وفعاليته، ومن خلالها أيضا يستطيع الرأي العام إسقاط الحكام الذين لا يحققون آمال الجماهير، وعن طريق ممثليه في المجالس النيابية يستطيع الرأي العام إصدار القوانين التي تخدم المجتمع وإلغاء القوانين التي يثبت عدم صلاحيتها، ويكون اختيار الرأي العام للقادة ولمثليه في المجالس الشعبية والانتخابات المختلفة عادة بعد دراسات لشخصياتهم وآراءهم ومعتقداتهم السياسية وبرامجهم المحددة للعمل.¹

2-المظاهر السلبية للرأي العام:

مما سبق ذكره في بعض المظاهر الإيجابية نرى أن هناك ما تشكل اتجاهات إيجابية تتعرف على الرأي العام فيما يهمله من قضايا، وسنحاول فيما يلي التعرض لبعض المظاهر السلبية للتعبير عن الرأي العام.²

● المقاطعة:

أعتبر أسلوب المقاطعة مظهرا سلبيا للتعبير عن عدم الرضا حيال مشكلة ما، ومثال ذلك مقاطعة الجماهير لحضور خطاب قائد أو زعيم احتجاجا على سياسته التي لا يقرها الرأي العام، ومن الأمثلة الواضحة على المقاطعة قيام الشباب الأمريكي بمقاطعة وعدم تنفيذ الأوامر الصادرة بتسليم أنفسهم للتجنيد العسكري للمشاركة في حرب الفيتنام، وكانت هذه المقاطعة وهذا الرفض من جانب الشباب الأمريكي تعبر

¹ - بسيوني، مرجع سابق، ص.46.

² - الديبسي، مرجع سابق، ص.31.

عن عدم تأييدهم للتدخل الأمريكي في هذه الحرب التي جلبت القتل والدمار للشعب الفيتنامي وأرهقت الميزانية الأمريكية وأدت إلى مصرع آلاف من الأمريكيين خلالها.¹

• تفشي السلبية والاستهتار بين صفوف الشعب:

حين يسود النظام التسلطي مجتمعاً من المجتمعات وتفرض القيود على الحقوق والحريات ويعجز الشعب عن التعبير عن وجهات النظر بحرية، تتفشى السلبية في صفوف الجماهير ويتخذ الرأي العام الكمون، وعدم الظهور فتتعدم قنوات الاتصال بين الشعب وقاداته ويسود الاستهتار بين صفوفه، ويكون ذلك مظهراً من مظاهر رفض الشعب للنظام السلطوي واحتجاجات عن رفض القيود على الحقوق والحريات وعدم مشاركة الجماهير في عملية اتخاذ القرار السياسي بصورة حقيقية.

• التوقف عن العمل والإضراب والتقليل من الإنتاج والاعتصام:

وهذه الأساليب القصد منها إشعار السلطة الحاكمة بمطالب الرأي العام ونحن نرى أن هذا الأسلوب في التعبير عن الرأي غير سليم ويتميز بالاندفاع، وعدم تقدير المسؤولية لأن الضرر الواقع نتيجة التوقف عن العمل والإقلال من الإنتاج أو الاعتصام، سيعود أولاً على الشعب ذاته وليس على السلطة لأن هذه الأساليب ستؤدي إلى بعض الأزمات الاقتصادية التي تزيد من معانات الجماهير، فهذه الأساليب ليست بالديمقراطية التي تعبر عن الرأي العام.²

¹ - محمد أحمد درويش، العولمة والمواطنة والانتماء الوطني (مصر: القاهرة، عالم الكتب، 2009)، ص. 238.

² - بسيوني، مرجع سابق، ص، 47.

المطلب الثالث: أهمية الرأي العام وحرية التعبير.

مما تقدم نرى أن الرأي العام قد أصبح قوة ضخمة في مجتمعنا الدولي المعاصر، كنتيجة طبيعية لتطور الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، كذلك نتيجة لتقدم أساليب العلوم والتكنولوجيا وانتشار التعليم، وما صاحب ذلك من تقدم هائل في الوسائل المواصلات وفي أساليب الطباعة والنشر وتطور أجهزة الإعلام وازدياد فعاليتها من الصحافة وإذاعة السينما ومسرح وتلفزيون وغيرها، كما لقيام التجمعات الجماهيرية الكبيرة في المدن في أعقاب الثورة الصناعية، وانتشار المبادئ الديمقراطية بين دول العالم والتوسع في حق الانتخاب وتحرير المرأة مساهمة فعالة في سرعة الانتشار الآراء والأفكار وبلورتها، فنشأ الرأي العام في العصر الحديث قويا مهابا من طرف الحكام، وأصبح الرأي العام يقف خلف كافة القرارات المصيرية التي يتخذها القادة والحكومات وبذلك أصبح الرأي العام يشكل قوة ضغط حقيقية في النظام السياسي المعاصر.¹

وأصبح الرأي العام يلعب دورا أساسيا في تحديد طبيعة النظام وفي تشكيل الأفكار الأساسية وذلك نتيجة لانتشار الديمقراطية وازدياد قوة وفعالية وسائل الإعلام وانتشار التعليم والثقافة، مما أدى إلى ظهور الرأي العام كعامل فعال في اتجاهات الفكر السياسي وفي اتخاذ القرارات السياسية وتعددت مجالات الرأي العام وتشعبت اتجاهاته، وذلك في النظم السياسية والمعاصرة سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي، فقد تزايدت القوى التي تهيمن على الجماعة ولم تعد هذه القوى تقتصر على التي أقامها الدستور وأعطاه حق ممارسة السلطة فورا الحكام الذين بنو الحكم وفق للأوضاع الدستورية والقانونية توجد قوى هامة لها أثر فعال في سير الأمور.²

ولذلك فقد أصبح قادة الدول وحكوماتها باختلاف إيديولوجيتها يولون اهتمامهم للرأي العام، ويخضعونه للدراسة والقياس ويقصد الوقوف على اتجاههم ويحاولون بصفة دائمة استعانة بالرأي العام للموافقة على السياسة القائمة وحتى تأخذ القرارات السياسية بصفة التأييد الشعبي من الجماهير.

ويقوم الرأي العام في النظم الديمقراطية بمهمة الرقابة الشعبية في السلطة الحاكمة تأكيداً لنظرية سيادة الشعب التي سادت في النظم الديمقراطية والتي نادى بأن يقوم الشعب صاحب السيادة بممارسة العمل

1- أحمد بدر، صوت الشعب دور الرأي العام في السياسة العامة (الكويت، وكالة المطبوعات في الكويت، ط1، 1973)، ص93.

2- الحجاب، مرجع سابق، ص58.

بنفسه أو عن طريق ممثليه في قادة سياسيين أو ممثلين نيابيين ولذلك فقد أصبح تحليل النظام السياسي في بلد ما يتطلب تحديد تلك القوى المختلفة التي تشارك في ممارسة السلطة بطريق مباشر أو غير مباشر وأصبحت دراسة النظم السياسية أوسع من الدراسة التقليدية للقانون الدستوري حيث أن دراسة النظم السياسية تشمل تلك القوى التي توجد دون تنظيم من القانون ولكنها تلعب دورا في توجيه النظام مثل: الأحزاب السياسية والرأي العام والدعاية والصحافة وغير ذلك من القوى الفعلية، ولقد أصبح الرأي العام كوسيلة هامة في عملية الضبط الاجتماعي ويستمد قوته وسلطته وفعالته من الحقوق والحريات والتي نادى بها الثورات العالمية مثل: الثورة الفرنسية والأمريكية، ومن إعلانات الحقوق التي نادى بها الشعوب الحرة، وما نصت عليه الدساتير المختلفة في تأكيد سيادة الشعب وحقه في ممارسة سلطته في إدارة شؤونه العامة بنفسه أو عن طريق ممثليه الذين يخضعون لرقابته وتوجيهه، لذا تسعى النظم الديمقراطية لتنمية الوعي السياسي لدى الجماهير وترشيده، وتحاول دائما وضع الحقائق كاملة أمام الشعب حتى يستطيع الرأي العام ممارسة دوره في المشاركة السياسية.¹

¹ - بسيوني، مرجع سابق، ص 26، 27.

المطلب الرابع: علاقة الدعاية السياسية بالرأي العام وحرية التعبير.

منذ القدم والحكام يحاولون كسب تأييد الرأي العام لشعبهم بمختلف الوسائل المتاحة لديهم فإذا كانت البلاغة والشعر والموسيقى... إلخ من الوسائل القديمة المستعملة لدى الحكام، فإن عالم اليوم بتقنيته المتطورة ينتج وسائل وأدوات متطورة لإقناع الرأي العام في مختلف الأنظمة السياسية. هذا التطور الهائل وضع تحت تصرف الدولة إمكانيات كثيرة ومتنوعة فعلى جانب أجهزة القمع العسكرية والبوليسية ومؤسسات الدولة وقوانينها تتمتع الدولة اليوم بإمكانات إعلامية كثيرة يمكن استعمالها في الدعاية السياسية.¹

يقع المواطن في العصر الحديث تحت تأثير الخط السياسي المتواجد في النظام السياسي فالصفوة الحاكمة تبغي من خلال وسائل عديدة، خصوصا الدعاية السياسية التي تغير مواقف الأفراد والجماعات وتؤثر فيها على نحو تنوحي منه تحقيق أهداف الخط الفكري السياسي الذي تبناه الصفوة، إن كسب عطف المواطنين والتأثير فيهم، والانتقاص من الخصوم هو هدف الطبقة الحاكمة وإن اختلفت النظم السياسية، وهنا تبرز أهمية الدعاية السياسية كأداة تغيير وتطوير وتأثير ضد المواطنين في أيدي الدولة المعاصرة.²

هنا يجب الإشارة إلى أن تأثير القوى للخط السياسي السائد لأي نظام تراجع بشكل كبير تحت ضغط تيار العولمة، خصوصا أن هذا الأخير أصبح المهيمن الحقيقي إعلاميا ودعائيا على ساحة الدولة لانتقاء وجوه المنافسة أمامه، كذلك لا يمتلك "تيار العولمة" وكل وسائل القوة الأساسية لفرض نفسه وهيمنته على الآخرين ومنها تقنية عالية في عالم الاتصالات، قوة اقتصادية وقوة عسكرية.

رأينا أن الدعاية السياسية هي عملية إقناع، وهي بذلك تعني خلق شحنة انفعالية محسوبة إجمالا من قبل الدعائي حتى تعطي نتائجها الايجابية، فهدف الدعاية إذا هو تغيير الموقف والآراء أو تعديلها ولا بد أن نفهم هذه المواقف والآراء على أنها مواقف عامة، بمعنى مشاكل معينة تجددت من حيث الزمان والمكان، فالدعائي الذي يقوم بالدعاية يجب أولا أن يميز بين الآراء والمواقف المتناقضة أو المتجانسة

¹ - هيثم هادي الهيثي، الرأي العام: بين التحليل والتأثير (الأردن: عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص.58.

² - المرجع نفسه، ص.59.

خصوصا أن آراء الناس متباينة أي اقتراح قد تتراوح بين مؤيد ومعارض إلى متعصب، ويمكننا أن نحدد هذه المواقف كالتالي:

المؤيد بحماسة حتى التعصب، المؤيد المعتدل، اللامبالي الذي لا تعنيه المسألة المطروحة، المعارض من حيث المبدأ، الشديد المعارضة لأسباب موضوعية وذاتية، الحيادي.

بعد هذا تتجه جهود الدعائي إلى تغيير درجات التأييد أو المعارضة، على أن يتم ذلك عن طريق التدرج والضغط والمتابعة المستمرة حتى يستطيع الخبير الدعائي في النهاية أن يدفع الفرد أو المجموعة إلى تغيير موقفها من التأييد إلى المعارضة أو العكس.¹

إن عملية التعديل أو التغيير هي هدف الخبير الدعائي تعني تغيير المواقف الناس السابقة أو تعديلها وكلمت استطاع الخبير الدعائي أن يغير في مواقف الناس من معارض إلى مؤيد أكد نجاح وفعاليتيه خطته ومنطقه

¹ - سكري، مرجع سابق، ص 25، 26.

خلاصة

تعتبر فاعلية الدعاية السياسية للأحزاب في دفع الأفراد للمشاركة في العملية الانتخابية، وذلك من خلال الآليات الدعائية التي يستعملها المتنافسون السياسيون خلال الحملات الانتخابية، وهي آليات يتخذها المرشح أو الحزب للوصول إلى الهدف المنشود وهو إقناع الناخب بالتصويت لصالحه، باعتبار أن المشاركة السياسية عمل تطوعي من جانب المواطن بهدف اختيار القادة السياسيين بناء على قواعد بناء الدولة الوطنية الحديثة، كما هناك مراحل تدرج ضمن تكوين الشق السياسي للأفراد الذي يبدأ بالاهتمام السياسي لهم، إلى أن تصل إلى مطالب سياسية تدرج ضمن حرية الرأي العام والتعبير عن كل ما يحتاجه من خدمات تم وتجمع بين مختلف وجهات النظر المتباينة لآراء مجموعة من الأفراد تجمعهم أهداف و حاجات وطموحات، وذلك لما يلعبه الرأي العام وحرية التعبير من دور في تطوير مختلف الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

الفصل الثالث: الدعاية
السياسية للأحزاب لرئاسيات
2014 نموذجاً

تمهيد

يقع عبء الدعاية السياسية على المرشح أو الحزب باعتباره الأساس فيها، ويتعين عليه أن يقوم بالحملة الانتخابية لتسويق نفسه على أسس سلمية حتى يكسب ثقة وتأييد الناخبين، فالناخب الموضوعي لا يمكن أن يعطي ثقته وتأييده السياسي إلا إذا وجد في المرشح مزايا تفضيلية تتفوق على الآخرين، ومن هنا تبرز أهمية ووظيفة الدعاية السياسية.

سنتطرق في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي للدراسة ألا وهو الحملة الدعائية لرئاسيات 2014.

المبحث الأول: حزب جبهة التحرير الوطني

دون شك حزب جبهة التحرير الوطني هو الذي تقدم المشهد السياسي والتاريخي للجزائر المعاصرة بفعل الثورة التحريرية التي نقلت الجزائر من عهد الاستعمار إلى عهد الاستقلال، ولقد كان لهذا الفعل قوة إيداع الجزائر، فسنوات الثورة ثم الاستقلال كانت كافية لكي تتصدر جبهة التحرير الوطني الساحة السياسية باعتبارها حزب الطليعة الوحيد في الجزائر.

المطلب الأول: أسباب اختيار حزب جبهة التحرير كحزب وحيد للدولة.

حزب جبهة التحرير الوطني:

تنظيم سياسي ووطني ديمقراطي مبني على أسس ومبادئ بيان أول نوفمبر 1954 وثورته الخالدة، شعاره بالشعب وللشعب يستمد منطلقاته من الرصيد التاريخي للحركة الوطنية، يعمل على حماية وتعزيز الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن.

يتمسك حزب جبهة التحرير الوطني بمجموعة من الثوابت تتمثل في: الإسلام دين الدولة واللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية واللغة الأمازيغية لغة وطنية ومبادئ ثورة نوفمبر وقيمها وصون الاستقلال الوطني ودعمه، النظام الجمهوري ووحدة الشعب ووحدة الوطن، حرية اختيار الشعب، سلامة التراب الوطني والعدالة الاجتماعية ببعدها الشعبي في إطار القيم الإسلامية.

لقد تولت جبهة التحرير الوطني الحكم وحدها غداة ميلاد الدولة الجزائرية، بموجب استفتاء على تقرير المصير، لأنها قادت الثورة إلى حرب تحريرية وطنية على صعيدين السياسي والعسكري دون أن تشاركها أحزاب أو منظمات تحريرية أخرى للنهوض بالثورة، نتيجة لذلك تم اعتماد الحزب الواحد كمبدأ دستوري وكذا تحديد العلاقة بين الحزب والدولة.

بعد الاستقلال الجزائر وخوفا من حدوث فراغ تشريعي، صدر قانون تحت رقم 157/62 المؤرخ في 1962/12/31، الذي يسمح بسرمان التشريع الفرنسي النافذ إلى ما يتعارض مع السيادة الوطنية والذي يسمح بتشكيل الأحزاب السياسية خاصة تلك موجودة حتى قبل الاستقلال، وللمحافظة على جبهة التحرير الوطني كحزب طلائعي وحيد لقيادة الحياة السياسية في الجزائر صدر مرسوم تحت رقم 297/63 المؤرخ في 1963/08/14 والمتضمن منع إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، حيث تضمنت المادة الأولى منه "يمنع

على مجموع التراب الوطني كل الجمعيات أو التجمعات الذين لهم هدف سياسي" أما المادة الثانية فنصت كل مخالف للمادة السابقة يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع ساري المفعول.¹

وقبل ذلك ظلت الرؤية غير واضحة لدى قيادة الثورة لدى قيادة الثورة حول بلورة طبيعة النظام السياسي، الذي سيعتمد عند توطيد الدولة الجزائرية، لأن برلمان الثورة ترك الأمر إلى حينه لكي يحافظ على التماسك والتلاحم بين أعضائه عملاً بالمبدأ القائل بوحدة الفكر والعمل.²

كما أن بيان أول نوفمبر لم يتطرق لهذه المسألة، وكذلك مؤتمر الصومام لم يتناول هذا الموضوع كما أن الجدل لم يثار حول القضية الحساسة من قبل المجلس الوطني للثورة.³

وقد كان دستور 1963 أول نص تأسيسي رسمي أقر الاختيار الاشتراكي والأحادية الحزبية الذي أسندت مهمة إعداده إلى الجمعية الوطنية التأسيسية، لكن المكتب السياسي أبعدها عن أداء عملها التشريعي المعهود إليها بموجب استفتاء شعبي، وأوكل تحضير القانون الأساسي إلى ندوة الإطارات، فقدم في شكل اقتراح قانون دستوري من قبل خمسة نواب إلى المجلس الوطني التأسيسي، وبالطبع نال الموافقة البرلمانية الصريحة ومن ثم عرض على استفتاء دستوري حظي بمقتضاه على ترقية شعبية عارمة.

وقد تم التأكيد أن حزب جبهة التحرير الوطني هو حزب الطليعة الوحيد في الجزائر من خلال نص المادة 23 من دستور برنامج 1963 "جبهة التحرير الوطني هي حزب الطليعة الوحيد في الجزائر" أما المادة 24 فقد نصت على "جبهة التحرير الوطني تحدد سياسة الأمة وتوجيه عمل الدولة وتراقب عمل المجلس الوطني والحكومة".⁴

وبصدور هذه النصوص يتضح أن الجزائر انتهجت أسلوب التنظيم الحزبي الواحد، وبالمقابل لم يسمح بتشكيل أو اعتماد أي جمعية أو حزب سياسي أو أي نشاط ذو صبغة سياسية في تلك الفترة بالإضافة إلى بيان الانقلاب 19 جوان 1965.

1- القانون رقم 157/62 المؤرخ في 1962/12/31 الجريدة الرسمية باللغة الفرنسية، ص. 18.

2- سويقات أحمد، "التجربة الحزبية الجزائرية 1962-2004"، مجلة الباحث، ع4، (2006)، ص. 123.

3- بيان أول نوفمبر 1954، الفقرة الثانية من وسائل الكفاح، نصت "جبهة التحرير الوطني تعد المنظمة السياسية الوحيدة لقيادة الثورة التحريرية".

4- بلال أمين زين الدين، الأحزاب السياسية من منظور الديمقراطية المعاصرة (مصر: الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2013)، ص. 219.

وقد استند حزب جبهة التحرير الوطني إلى شرعية تاريخية ارتكزت بدورها على المقاومة الوطنية ضد المستعمر الفرنسي، حيث هيئت له الأسبقية المطلقة عما سواه من التنظيمات السياسية وقد اعتمد "حزب السلطة" لمدة طويلة نسبيا، وقد يكون ذلك سببا في اكتسابه لتجربة تنظيمية ستكون في ظل التعددية عاملا مساعدا.

وقد كان الحزب الواحد من أجهزة النظام السياسي ومؤسساته تمارس دورا طلائعيا فنظريا هو القائد للثورة وواقعيا هو المجيد المادي للأحادية الحزبية.¹

المطلب الثاني: بؤادر التخلي عن حزب جبهة التحرير الوطني.

عانت الجزائر في منتصف الثمانينات ظرفا اقتصادية واجتماعية صعبة التي نتج عنها مجموعة من الإصلاحات السياسية

1- أحداث 15 أكتوبر 1988:

شهد المناخ السياسي مع بداية الثمانينات نوعا من الانتعاش وبدأت بعض التيارات تظهر للوجود وتزامنت مع انتهاج سياسة اقتصادية، من أهم معالمها إعادة هيكلة المؤسسات الاقتصادية الاشتراكية وظهور شعارات جديدة من بينها من أجل حياة أفضل.

وقد عرف البترول انتكاسة كبيرة مما كان له أثر سلبي على الاقتصاد الوطني وعلى المعيشية للمواطن فكانت الأوضاع تتميز بارتفاع نسبة البطالين وتدني القدرة الشرائية للمواطنين واختفاء مريب للسلع الضرورية، حتى أن منظر الطوابير المنتشرة في مدن البلاد أصبحت ظاهرة تطبع كل المدن مما أدى إلى ظهور حملة واسعة ضد الفساد وتوزيع الثروات بطرق غير شرعية وتبذير الأموال العمومية، مست هذه الحملة الرئيس وبعض أفراد عائلته وبعض أعضاء التيار الإصلاحي وكذا إعلانات متعددة عن الإضرابات العمالية خاصة في منطقة الرويبة، دامت هذه الإضرابات حتى نهاية سبتمبر 1988 حيث قام عمال الشركة الوطنية للسيارات الصناعية بالاحتجاج عن عملية اختلاس عرفها المركب كما طالبو بزيادة رواتبهم وقد طالت موجة الإضرابات قطاع الطيران والبريد والنقل أيضا.²

- ناجي عبد النور، تجربة التعددية الحزبية والتحول الديمقراطي (الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2016)، ص. 48.

²- مصطفى باللور، "الإصلاحات السياسية في الجزائر 1988-1990" دفاتر السياسة والقانون، ع1 (جوان، 2002)، ص. 01.

وبتاريخ 19 سبتمبر 1988 ألقى الرئيس خطابا أمام مكاتب التنسيق الولائية بمناسبة الإعلان عن افتتاح مناقشة المشروع التمهيدي لدستور الاتحاد بين الجزائر وليبيا وجه فيه انتقادات لأذعة لبعض العناصر داخل الحزب والحكومة وكان يقصد بالتحديد التيار المحافظ في الحزب والمعارض للسياسة الليبرالية كما حمل أصحاب المصالح الخاصة والمضاربين والرشويين الذين جمعوا ثروات طائلة دون أن يبذلوا أي جهد مسؤولية غلاء المعيشة وندرة المواد الاستهلاكية من خلال هذا الخطاب يكون الرئيس بن جديد قد شن هجوما صريحا وعلنيا على كل الجهات.

هذا الخطاب حسب رأي الكثير من المحللين كان له واقع سيء على نفوس المواطنين مما زاد من حركة الاحتجاجات أدت في النهاية إلى أحداث 5 أكتوبر 1988 بدأت بوادرها يوم 4 أكتوبر ليلا بالعاصمة، وانتشرت في الصباح 5 أكتوبر لتشتد وتعم العاصمة ونواحي أخرى من الوطن، ضمت هذه المظاهرات العديد من الفئات الشعبية وخاصة الموجودة في خطوط المواجهة مع تدهور أحوالها المعيشية بحيث تصدر المفصولون من الدراسة، والعاطلون عن العمل والكهول والعزاب، فقد كانت أحداث أكتوبر 1988 موجهة خاصة ضد الرموز السيادية الوطنية مثل البلديات ومقرات الحزب وبعض مقرات الوزارات والمؤسسات التربوية التي تعرضت لعمليات الحرق والنهب وشتى أنواع التخريب الأخرى.¹

ولقد اعتبر المكتب السياسي لحزب جبهة التحرير الوطني آنذاك أن أحداث 5 أكتوبر أعمال شغب، وأن الذين قاموا بها لا يتمتعون بالحس المدني مدفوعين من قوى خارجية وعلى أثر ذلك أعلنت حالة حصار يوم 6 أكتوبر مما استوجب تدخل الجيش لإعادة الهدوء للبلاد، أسفرت تلك الأحداث حسب الإحصائيات الرسمية على حوالي 189 قتيلا و1442 جريحا.

ومما لاشك فيه أن تلك الأحداث يعود سببها إلى فشل تطبيق السياسة الاشتراكية وفرض الرأي الواحد ورفض الحوار والمشاركة السياسية مما دفع بالأفراد باللجوء إلى العنف كوسيلة عن رفضهم للواقع المعاش.²

2-التعديل الدستوري:

¹ - محمد العربي الزبيري، المؤامرة الكبرى أو إجهاض الثورة (الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1989)، ص.40.

- سعيد بوشعير، النظام السياسي الجزائري (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2013)، ص.22.

لقد عدل دستور 1976 ثلاث مرات وكانت التعديلات التي أدخلت عليه متفاوتة الأهمية إلى حد كبير، ولقد كان التعديل الجزئي الثالث بتاريخ 03 نوفمبر 1988 أول تحول سياسي عقب أحداث أكتوبر، كان هذا التعديل جزئياً لأنه يقتصر على الوظيفة التنفيذية فقط دون أن يمتد إلى الوظيفتين الأخريين. قام رئيس الجمهورية آنذاك بعرض مشروع التعديل على الشعب عن طريق استفتاء نظم في 03 نوفمبر 1988، تعلق بتنظيم جديد للوظيفة التنفيذية يختار بمقتضاه رئيس للجمهورية رئيساً للحكومة يكون مسؤولاً أمام المجلس الشعبي الوطني قد تم صياغة مشروع هذا التعديل دون مشاركة حزب جبهة التحرير الوطني كطرف في الإصلاح، بسبب الممارسات الفاشلة التي اتهم بها، وحتى تأخذ الإصلاحات مصداقيتها لأنه في أحداث 05 أكتوبر 1988 تم تحميل الحزب جزء كبير من المسؤولية جراء الركود الاقتصادي والسياسي والاجتماعي الذي أصاب البلاد.

نلاحظ من خلال ما سبق، أن رئيس الجمهورية لجأ إلى الاستفتاء بمناسبة التعديل الدستوري في 03 نوفمبر 1988، خلافاً لما نص عليه دستور 1976 فيما يخص تعديل القانون الأساسي للدولة، بحيث تتم العملية بمبادرة من رئيس الجمهورية وموافقة من المجلس بأغلبية الثلثين أو ثلاثة أرباع أعضائه إذا تعلق الأمر بالمواد الخاصة بإجراءات التعديل نفسها.¹

وذلك بإعادة صياغة المادة 5 من دستور 1976 "بإمكان رئيس الجمهورية أن يرجع مباشرة إلى إرادة الشعب" بعد أن وعدهم بإصلاحات سياسية عميقة في خطابه 10 أكتوبر 1988 الذي ندد باحتكار السلطة

كما أقر التعديل الجزئي تأسيس الثنائية على مستوى السلطة التنفيذية، تم ذلك بموجب الفقرة الرابعة من المادة 111 التي أدرجت ضمن قائمة اختصاصات رئيس الجمهورية تعيين رئيس الحكومة وإنهاء مهامه بموجب المادة 113 إلى 115 والمتعلقة بمسؤولية رئيس الحكومة أمام المجلس الشعبي الوطني وصلاحيته في ضبط برامج حكومته ثم عرضه على المجلس الشعبي الوطني من أجل المناقشة والموافقة عليه وإمكانية تحريك مسؤولية أمام المجلس الشعبي الوطني بواسطة بيان السياسة العامة وكذلك السلطات المخولة له بمقتضى المادة 115 من الدستور.

- باللغور، مرجع سابق، ص. 03.¹

كما ألغى هذا التعديل الجمع بين رئاسة الدولة ورئاسة الحزب بإلغائه للفقرتين 2 و9 من المادة 111 من الدستور، اللتين تعبران عن تجسيد رئيس الجمهورية لوحدة القيادة السياسية للحزب وللدولة وترأسه الاجتماعات المشتركة لأجهزتهما.

إن هذا التعديل يبعد الحزب من مراكز القيادة السياسية ويفصله عن الدولة، كما يحزر المنظمات الاجتماعية والمهنية من وصاية وسيطرة الحزب، كما ألغيت مواد كانت بموجب الصياغة الأولى للدستور غير قابلة للتعديل مثل: الفقرة الثالثة من المادة 195، التي جعلت الاختيار الاشتراكي من المبادئ التي لا يمكن لأي تعديل أن يمسه ومنه فالاختيار الاشتراكي وكل المبادئ الدستورية المشتقة منه صار إلغاؤها جائزا.¹

المبحث الثاني: مجريات الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014.

مصافحات حارة، بسمات عريضة، استفتاءات للرأي العام، وعود في الصفحة الأولى من الصحف اليومية... إلخ، تعتبر الحملة الدعائية آخر فرصة تمنح للمرشح من أجل استخدام الأساليب والوسائل والتقنيات المتاحة، قصد التأثير على سلوك الناخبين والوصول إلى أصواتهم، وتكون الحملة الانتخابية طبقا لأحكام المادة 188 من القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مفتوحة قبل 25 يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل ثلاثة (03) أيام من تاريخ الاقتراع، وإذا أجري دور ثاني للاقتراع، فإن الحملة الانتخابية التي يقوم بها المرشحون للدور الثاني تفتح قبل اثني عشر (12) يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل يومين (02) من تاريخ الاقتراع.²

المطلب الأول: الحملة الانتخابية.

1- مفهوم الحملة الانتخابية وخصائصها:

تعد الحملة الانتخابية وسيلة يستخدم فيها المرشح التقنيات المتاحة له للتأثير على سلوك الناخب وذلك باستعمال ما يسمى بالدعاية السياسية أو الإقناع السياسي.

يعرفها دنيس ماكويل بأنها: جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية، تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، وذلك بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف

¹- صالح بالحاج، المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر من الاستقلال إلى اليوم (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص.66.

²- المادة 188 من قانون الانتخابات الجزائري لسنة 2012.

مقبولة اجتماعيا، مثل: التصويت. في حين يعرفها بيسلي بأنها: نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوكيات الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وإن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها، بوصفها نشاطا اتصاليا سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى الحياة الفردية.¹

فالحملة الانتخابية هي الدعاية المنظمة والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المرشح نفسه أو الحزب السياسي، لاستخدام كافة وسائل الإعلام المتاحة والأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف، والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة التي يمثلها.

وتعرفها سامية محمد جابر: هي التي تشتمل على مجموعة تدابير واستعدادات تستهدف جمهور كبير نسبيا، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة، وتعرف كذلك على أنها الأنسقة الاتصالية السياسية المخططة والمنظمة، الخاضعة للمتابعة والتقييم يمارسه مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة وتمتد مدة زمنية معينة، ومحددة تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا، بهدف تحقيق الفوز بالانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد من الأصوات باستخدام وسائل الاتصال وأساليب استمالة مؤثرة تستهدف جمهور الناخبين.²

- خصائصها:

للحملة الانتخابية مجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من وسائل الترويج السياسي، نذكر منها:

1- ذات أهداف سياسية: ينصب جهد الاتصال السياسي على إحداث التأثير وتغيير القناعات لدى الجمهور المستقبل باتجاه محدد وهو ما يريده القائم بالعملية الاتصالية.

2- استخدام كافة وسائل الاتصال: إن الإستراتيجية السياسية الواقعية الواعية لا بد أن تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي معا، فكلاهما يدعم الآخر ويسانده.

¹ - زكرياء بن صغير، الحملات الانتخابية مفهومها أساليبها ووسائلها في الجزائر (الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2004)، ص.12.

² - رضاني فتيحة، ربيع سعاد، دور الاتصال السياسي في تعزيز المشاركة السياسية، مذكرة ماستر غير منشورة (جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت: معهد العلوم القانونية والإدارية، قسم العلوم السياسية، 2017/2018)، ص.50.

3- كثافة التغطية: وهي عبارة عن الجهود المكثفة والمستمرة لمدة زمنية محددة مع استخدام كافة الوسائل والأساليب للوصول للهدف.

4- ذات إدارة منظمة: وتعني حضور التخطيط في الحملة الانتخابية ، كي يرسم الطريق المؤدي للهدف، ويلزم هذا التخطيط جمع المعلومات والبيانات لمضمون النشاط الدعائي لكل فئة اجتماعية، لذلك نجد أن الحملة الانتخابية ذات إدارة محكمة وجهود منظمة يسلك فيها القائم بالحملة الانتخابية أقرب الطرق للوصول للهدف (فوز المرشح).

5- ذات مدة زمنية محددة: تتضمن الحملة الانتخابية مدتين، الأولى المدة الفعلية: وهي التي تبدأ من تاريخ دعوة الناخبين للاقتراع، حتى يوم إجراء الانتخابات.

في الجزائر تبدأ بـ 03 أشهر قبل الاقتراع، وتلك المدة يجب أن تكون كافية لكل من الناخب أو المرشح، ففيما يخص الناخب حتى يتمكن من التفكير والروية في اعطاء صوته الانتخابي للمرشح الذي يستحقه، وفيما يخص المرشح يجب أن يستوعب مراحل تنفيذ حملته الانتخابية والمدة القانونية وهي الفترة القانونية للحملة، والتي يحددها القانون الانتخابي بالجزائر بـ 25 يوما قبل يوم الاقتراع وتنتهي بيومين قبل الاقتراع.¹

2- الشعارات والرموز والحملات الانتخابية.

غالبا ما تشهد فترة الحملة الانتخابية نشاطا دعائيا مكثفا وغير مسبوق ويأتي ذلك من خصوصيات الهدف الذي يبتغيه القائم بالحملة الانتخابية، إذ فضلا عن كون هذه الأخيرة من الأساس عملية تواصلية فإن المستوي الكمي والكيفي لهذا التواصل لا يمكن اعتباره عاديا ويتجلى هذا في استخدام المرشحين أو الأطراف المتنافسة خلال مدة الحملة طرقا للاتصال بالجمهور، والتي تمثل الطرف المستهدف في الحملة الانتخابية ويحاول المرشح أن يحقق أهدافه عبر التواصل الشخصي الذي يستعمل خلال الزيارات الميدانية التي يجريها المرشح

¹ - بن صغير، مرجع سابق، ص. 22.

لبعض الأحياء أو التجمعات السكانية، أو من خلال التواصل الجماعي الذي يجري أثناء التجمعات الشعبية، إذ أن هذه التجمعات طريقة أخرى لمحاولة التأثير في جمهور الناخبين، كما يحاول هذا المرشح التواصل مع المواطنين عبر الإذاعة والتلفزيون كقناتي دعاية جماهيرية، أما بواسطة الحديث أي عنصر اللغة اللفظية أو عن طريق الإعلان السياسي، وبإمكانه نشر برنامجه في الصحف التي تعتبر هي الأخرى قناة للدعاية الجماهيرية، وقد بدأت شبكة الإنترنت تلعب دورا مهما كوسيلة إعلامية يستفيد منها المرشحون في الحملات الانتخابية.

البرامج والشعارات هي المحطة الأولى في الحملات الانتخابية وهي تلخص البرنامج الانتخابي لكل مرشح، لكن الشعارات على جانب خاص من الأهمية إذ أنها تعطي لكل حملة نكهتها وتميزها، وهي مسألة سياسية وثقافية وفنية تتطلب مهارة خاصة وليس هناك إستراتيجية واحدة للشعارات ولكن ثمة شروط عامة مثل وحدة الموضوع، تكثيف المعنى دون تعقيد، التميز، لكن في بعض الحالات غابت هذه الصفة، بحيث أن بعض المرشحين قدموا شعارات تقليدية لم تعطي أية شخصية خاصة للمرشح إذ كان في الشكل أو المضمون، وهذا بطبيعة الحال يؤدي إلى فشل الحملة الانتخابية منذ انطلاقتها أي في مرحلة التقديم.¹

يعتبر انتقاء الشعار الانتخابي المناسب خلال الحملة والقادر على ترجمة أفكار صاحبه بجملة موجزة، دقيقة ولغة سهلة وسلسلة توصل الرسالة إلى المتلقي لفهم البرنامج الانتخابي، عاملا بالغ الأهمية لتكوين فكرة عن المرشح، ولا يمكن في نفس السياق إهمال صورة المرشح على الملصقات، وهي كفيلة بتكوين صورة ذهنية لدى الناخب على اعتبار أنها تعكس شخصيته وتبين مظهره وهيبته، وكل هذا دون تزييف طبعاً، وينبغي أن لا يتم التلاعب بالصورة وأن تكون مطابقة لما هو عليه صاحبها في الواقع، في نفس الوقت تعتبر أحد المفاهيم الأساسية التي تساهم في نجاح الحملة الانتخابية لأي مرشح يخوض غمار الانتخابات من أجل تقديم برنامج انتخابي ومشروع سياسي حقيقي والتنافس على أصوات الناخبين.²

والحملة الانتخابية الرئاسية كفعل ديمقراطي لم تبرز للوجود إلا بعد الشروع في الإصلاحات التي تمت على مستوى النظام السياسي الجزائري، إذ أن هذا الأخير منذ الاستقلال وإلى غاية قيام تلك الإصلاحات اتسم بظاهرة التفرد في الحكم والرفض التام المطلق لأي منافسة سياسية أو نقد للقرار السياسي، والآن في عهد التعددية الحزبية والانفتاح الديمقراطي تخضع الحملة الدعائية لمجموعة من القواعد التي تضمن شفافتها ونزاهتها،

¹ - محمد سعد أبو عامود، التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية (مصر: الإسكندرية، منشأة المعارف، 2008)، ص.135.

² - حسين علي إبراهيم الفلاح، الديمقراطية والاعلام والاتصال (مصر: القاهرة، دار الكتاب الجامعي، 2018)، ص.268.

وتتجسد نشاطات هذه الحملة في القيام بالتجمعات الانتخابية وتنظيم الإشهار عبر وسائل الإعلام والملصقات وتوزيع المناشير، أما التجمعات فينبغي تنظيمها في الأماكن المغلقة ليسهل التحاق المواطنين بها وتخضع للتصريح المسبق الذي يقدم ثلاثة (03) أيام كاملة قبل تاريخ التجمع.¹

تمثل دراسة الشعارات (Slogan)، والرموز (Logo)، أهمية خاصة وأساسية في دراسة وتحديد أهداف القائم بالدعاية في الحملة الانتخابية، ويعرف الشعار الانتخابي بأنه أسلوب يستخدم للتأثير على أفعال الناخبين، وارتباطه عموماً باستخدام أسلوب الإقناع لكسب أكبر عدد من المؤيدين وإقناعهم بوجهة نظر معينة شريطة أن تتمتع تلك الشعارات بالبساطة وعدم التناقض وارتباطها بواقع الناخبين.²

وتعد الشعارات من أهم الأدوات المؤثرة في الحملات الانتخابية، إذ تتسم عادة بأنها تعبير مباشر وموجز يلخص أهداف القائم بالدعاية، ويمكن تكراره وترديده بسهولة ويسر في جميع الوسائل وبكل الطرق الممكنة، بحيث يصبح أداة تمييز للحزب أو القائد السياسي أو المرشح للانتخابات أو مرحلة زمنية معينة، وأحياناً تستخدم كهتافات في المؤتمرات وتأييد الحزب أو المرشحين في الانتخابات.

أما الرموز الانتخابية فلها أهمية محورية للمرشحين، إذ يعتمد كل مرشح رمز انتخابي معين للتعريف به وتمييزه، وزيادة الارتباط والتلازم بين كل مرشح والرمز الخاص به في الانتخابات، والاستفادة من المعاني والدلالات وتأكيد الإيجابية المرتبطة بهذا الرمز، كما أن لون الرمز أيضاً يلعب دوراً هاماً في اصطلياد أعين الناخبين، فيجب أن يكون جذاباً ويمكن تمييزه عن المرشحين المنافسين الذين قد يكون لهم رمز مماثل.³

أما فيما يخص الملصقات فينبغي تعليقها في الأماكن المسموح بها والمخصصة لهذا، لكن المسألة التي تكتسي شيئاً من الحساسية ضمن نشاطات الحملة هي استعمال وسائل الإعلام المرئية والمسموعة التي لم تنزل ملكاً للدولة، فرغم كون القانون الانتخابي ينص على استفادة كل مرشح من مجال عادل في هذه الوسائل بحيث تكون الحصص الممنوحة لهم متساوية إلا أنه لم يوفر أية ضمانات لتحقيق ذلك باستثناء اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات التي يمكنها التدخل لدى الهيئات المعنية.⁴

1- المادة 192 من قانون الانتخابات الجزائري لسنة 2012.

2- صالح عبد الحميد، الإعلام السياسي (مصر: القاهرة، مؤسسة طيبة للطباعة والنشر، 2011)، ص.31.

3- محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية (مصر: القاهرة، دار النمر للطباعة، 1995)، ص.09.

4- المكان نفسه.

المطلب الثاني: قراءة في شعارات الحملة الانتخابية الجزائرية 2014.

1- الحملة الانتخابية 2014.

بعد إعلان المجلس الدستوري عن قائمة المرشحين الستة الذين خاضوا الانتخابات الرئاسية التي جرت في 17 من أفريل، وذلك من بين 12 مرشحا أودعوا ملفاتهم لدى المجلس راغبين في الترشح، وهم عبد العزيز بوتفليقة، علي بن فليس، لويزة حنون، موسى التواتي، علي فوزي رباعين وعبد العزيز بلعيد، وانطلقت الحملة الانتخابية يوم 2014/03/23 وانتهت قبل ثلاثة (03) أيام من يوم الاقتراع أي يوم 2014/04/13.

شكلت الشعارات جانبا هاما من الحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أفريل 2014، خاصة وأنها تضمنت أهم الأفكار وأبرز المشاريع التي طرحها المتنافسون الستة لاستمالة الناخبين، واختلفت هذه الشعارات من مرشح لآخر حسب التجربة السياسية والمسار النضالي والتوجهات الفكرية، كما أنها مستوحاة من البرنامج الانتخابي وما تضمنه من مشاريع مستقبلية يطمح إلى تحقيقها في حالة فوزه بمنصب رئاسة الجمهورية.

حيث نجد أن المرشح الحر عبد العزيز بوتفليقة اختار شعار "تعاهدنا مع الجزائر" شعارا لحملة الانتخابية، بعدما استخدم شعارات الوثام والعزة والكرامة خلال الاستحقاقات السابقة، ونجده قد أثر تجديد العهد مع الجزائر من خلال شعار حملته الموسوم "تعاهدنا مع الجزائر" وهو شعار مرتبط بالتاريخ النضالي والثوري للمرشح وبتاريخ الجزائر، كما صرح بعض قادة حملته الانتخابية وبرروا اختيار هذا الشعار من باب أن المرشح عبد العزيز بوتفليقة ينتمي إلى جيل الثورة الذي قدم عهدا للجزائر في إحدى أكبر المنعطفات في تاريخ هذا البلد، والمتمثل في الثورة التحريرية الكبرى وعلى الأساس فإن السيد عبد العزيز بوتفليقة وكل الجزائريين حسب قادة حملته يجد من خلال هذا الشعار التمسك بعهد أول نوفمبر 1954 من أجل جزائر قوية.¹

أما فيما يخص الرموز والألوان التي تميزت بها حملته الانتخابية فنجد أن رمز الحمامة مع الخلفية الزرقاء والشعار المكتوب بالأبيض باللغتين العربية والفرنسية، بحيث أن الحمامة ترمز على السلام كذلك اللون الأبيض يرمز إلى السلام والاستقرار، بينما الخلفية الزرقاء الداكنة نوعا ما تمثل القوة والجدية حسب علماء النفس، أما المفاجئة فكانت في صورة المرشح التي يظهر فيها بصورة تبدو أنها تعود إلى عهده الانتخابية الثانية أو الثالثة، فقد كانت الصورة بعيدة كل البعد عن وضعه الصحي الحالي، وهذا يدل على أن القائمين على إدارة حملته

¹ - حجاب، مرجع سابق، ص. 15.

الانتخابية أو بغير قصد تجاهلوا عند اختيارها وتبنيها لتسويق برنامجها الانتخابي أن غالبية الناخبين يعرفون أن الرئيس ليس كسابق عهده مع الصحة، والتي اعترف شخصيا بأنه خائنه ولم تصبح كما كانت.¹

¹ - بن صغير، مرجع سابق، ص.25.

خاتمة

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع الدعاية السياسية للأحزاب السياسية في الانتخابات، ومعالجة اشكالية البحث والفرضيات المرافقة وبالتالي محاولة معرفة ما مدى انعكاس أثر الدعاية السياسية على العملية الانتخابية، فقد استخلصنا أن فاعلية الدعاية السياسية لا يمكن أن تتحقق إلا بوجود العملية الانتخابية وينصب جوهرها في إحداث تأثير وتغيير في آراء وقناعات الجمهور المستقبل وهو ما يريده القائم بالعملية الدعائية.

من خلال ماتقدم في البحث استطعنا اختيار الفرضيات وتوضح على النحو التالي:

بالنسبة للفرضية الأولى: الدعاية السياسية هي أحد أهم المفاهيم في علم الاتصال السياسي تعرف على أنها فعل ونشاط بشري، فردي أو جماعي، منظم وهادف لتوصيل معلومة ما بكل الوسائل المتعددة والمتاحة وتكون في الحقل السياسي، هدفها الرئيسي هو التأثير على الأداء الجماهيري بغض النظر عن صحة أو خطأ المعلومات التي تستخدم لتحقيق هذا الهدف والدفع به إلى صناديق الاقتراع.

بالنسبة للفرضية الثانية: باعتبار أن الانتخابات القناة الرئيسية لمشاركة الناخب الذي هو الفاعل الأساسي في العملية الانتخابية، فإن من خلالها يستطيع الأفراد المشاركة في صنع القرارات السياسية والمساهمة فيها، ولتسهيل عملية التصويت تتخذ إدارات الحملات الانتخابية للأحزاب والمرشحين آليات وتدابير كثيرة من بينها آليات دعائية للحملة الانتخابية، وعلى أساس فاعليتها وحسن إدارتها وقدرتها على الإقناع تعزز مشاركة الناخب في التوجه لصناديق الاقتراع والتعبير عن رأيه واختيار من يرى فيه الأمثلة في تحقيق رغباته وطموحاته.

وكنتيجة لما تقدم تعتبر حرية التعبير والرأي العام مرآة الحقوق والحريات العامة وأحد أهم الأدوات المتاحة للفرد لممارسة حقه في التعبير عن رأيه في اتخاذ مختلف القرارات، وحرية التعبير هي من أئمن المطالب التي تناضل مختلف الشعوب لتحقيقها، وهذا ما نشهده في الفترة الأخيرة في الجزائر لأنها تعتبر ثمرة من ثمار التحول الديمقراطي.

ولضمان نجاح التجربة الديمقراطية يجب التحكم في زمام الأمور بإفساح المجال لممارسة حرية التعبير والرأي دون قيود غير مشروعة، ويجب توفير الحماية لهذه الأخيرة وذلك بتسهيل الوصول للمعلومات من طرف المهتمين وحماية التجمعات السلمية ونقل الأفكار للآخرين دون تمييز.

خاتمة

بالنسبة للفرضية الثالثة: وبخصوص الدراسة الميدانية التي قمنا بصدها بالتواصل مع أحد أعضاء حزب جبهة التحرير الوطني، الذي صرح لنا بعدم وجود أي حملة دعائية في الوقت الحالي نتيجة لمجموعة من الظروف التي دفعت إلى تأجيل الحملة الدعائية للانتخابات الرئاسية 2019 إلى أجل مسمى، لما تشهده البلاد من حراك شعبي متواصل والمطالب برحيل النظام السياسي بمجمله مستخدما عبارة "يتنحوا فاع" كأهم الشعارات في مظاهراته السلمية المعبأة جماهريا، حيث انطلقت بداية من جمعة 22 فيفري 2019 ولاتزال متواصلة أمام عجز النظام السياسي عن تحقيق وتلبية المطالب التي هي في تزايد مستمر في كل جمعة، مع عدم التغاضي عن المطلب الرئيسي ألا وهو رحيل النظام السياسي ككل.

هذه الظروف غير المتوقعة كانت كأداة ضغط دفعت وأجبرت النظام السياسي على تلبية جزء من مطالب الحراك، والخضوع له بتحقيق المطلب الأول ألا وهو عدم ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة وإقالة بعض من وزراء حكومته وتغيير البعض الآخر وتأجيل الانتخابات إلى 04 جويلية 2019.

كل هذه الأسباب دفعت بدراستنا إلى منحى آخر أجبرنا على عدم القدرة على دراسة وتبعية مجريات الحملة الدعائية للانتخابات الرئاسية لسنة 2019، وتبني الحملة الدعائية للانتخابات الرئاسية 17 أفريل 2014 والتي تنوعت فيها الشعارات والرموز من مترشح لآخر، ليتخذ المرشح عبد العزيز بوتفليقة شعار "وتعاهدنا مع الجزائر" شعارا لحملة الانتخابية المرتبط بتاريخه النضالي والثوري.

النتائج والتوصيات:

من أهم النتائج التي توصلنا إليها في دراستنا ما يلي:

- اعتماد بعض المرشحين والأحزاب على متطوعين في إدارة حملتهم الدعائية يفتقدون إلى المعرفة الاتصالية والقدرة على إقناع الناخبين.

- بدائية أساليب الحملة الدعائية للمرشحين والأحزاب ما يجعلها أقل كفاءة في حشد الجماهير واستقطابها.

- تلعب وسائل الدعاية السياسية دورا هاما في تكوين الرأي العام من خلال نشر الأفكار والآراء للنخبة الحاكمة والمعارضة، وبالتالي إقناع الأفراد بالمشاركة السياسية بصفة عامة والمشاركة الانتخابية بصفة خاصة.

- عدم مراعاة المرشح أو الحزب خلال حملته الدعائية للتمايز الجغرافي والاجتماعي والثقافي.

- نقص كفاءة أمناء الأحزاب وأعضائه في تنشيط الحملات الانتخابية.

- غياب الأطر الفكرية الواضحة والبرامج السياسية القادرة على إخراج البلاد من الأزمات الاجتماعية والسياسية، بحيث حتى لو وجدت برامج في هذا الإطار إلا أنها برامج متشابهة ولا توجد اختلافات بينها ما يؤدي إلى عدم تفاعل الجماهير معها.

- فيما يخص الحملة الدعائية لانتخابات 2014 قام منظموا حملة المرشح الحر عبد العزيز بوتفليقة باعتماد صورة قديمة سبق واستخدمت في الحملة السابقة، فالصورة لم تكن تعكس الحالة الحقيقية والصحية التي كان فيها هذا الأخير، الأمر الذي أدى إلى ضعف في تفاعل الجماهير مع حملته الدعائية في تلك الفترة.

فيما يخص التوصيات فتمثل في:

- الاستعانة بمختصين وخبراء في الدعاية السياسية من قبل إدارات الحملات الانتخابية بدل الاعتماد على متطوعين يفتقدون إلى المعرفة الاتصالية والقدرة على الإقناع.

- ضرورة تطوير إدارات الحملات الانتخابية لأساليب تتناسب مع كل فئة انتخابية من أجل تحسين فاعلية الدعاية بدل التنميط المعتمد والمتكرر.

- إعداد حملات دعائية انتخابية تتلائم مع كل منطقة جغرافية ضمن الأهداف الكبرى للحملة الانتخابية الرئيسية، حتى توائم كل المناطق نتيجة التمايز في البنى الاجتماعية والثقافية وأثرها على السلوك الانتخابي.

خاتمة

- ضرورة قيام الأحزاب السياسية بدورات تدريبية لمناضليها حول إدارة وتنشيط الحملات الانتخابية ضمن نشاطها للتثقيف السياسي.
- ضرورة تحسين وسائل الدعاية السياسية وجعلها أكثر تأثيراً على الأفراد، مما يدفعهم للاقتناع والمشاركة في الحياة السياسية وخاصة في العملية الانتخابية.
- ضرورة مصداقية واختلاف برامج الحملة الدعائية للمرشحين والعمل على أن تكون هادفة للنهوض بالوضع الاجتماعي والسياسي والخروج من الأزمات بدون خسائر.
- من الأحسن تجنب تكرار شعارات الحملة الدعائية للمرشحين في كل دورة انتخابية لما يمنحه الأمر من شك لدى الناخبين في مصداقية المرشح وبرامجه وشعاره.

ملخص:

تعتبر الدعاية السياسية للأحزاب من المواضيع الراهنة التي تلقت اهتماما كبيرا من طرف الدارسين والباحثين في الميدان وخاصة في حقل العلوم السياسية، حيث تعمل على تعزيز المشاركة السياسية للأحزاب وذلك من أجل التأثير على العملية الانتخابية، فهذه الدعاية السياسية هو تكريس الديمقراطية التشاركية بمشاركة المواطن في عملية صنع القرار والتعبير عن المطالب والآراء. ولمعرفة مدى تأثير الدعاية السياسية للأحزاب على العملية الانتخابية والتي تتطلب دراسة ميدانية، غير أننا لم نقم بهذه الأخيرة نتيجة للظروف والأوضاع التي تعرفها الجزائر في هذه الفترة (فترة الحراك الشعبي)، فاعتمدنا على دراسة الحملة الدعائية لانتخابات 2014 الرئاسية.

الكلمات المفتاحية:

الدعاية السياسية، الأحزاب السياسية، الانتخابات، المشاركة السياسية.

Abstract:

Political parties campaigning has been a recurrent theme that has attracted the interest of researchers in the domain of political sciences. Those political campaigns contribute to a wider participation of these political parties in order to influence the public during the election process. Therefore, the main role of political campaigning is the promotion of collective democracy in which citizens take part in decision-making and the expression of opinion. However, we did not conduct an empirical study due to the current situation in Algeria (peaceful demonstrations). That is why we opted for the study of the presidential election campaigning of 2014.

Keywords:

Political campaigning, Political parties, Election, and political participation.

قائمة المصادر

والمراجع

القرآن الكريم:

سورة البقرة، الآية 09.

سورة البقرة، الآية 283.

سورة المائدة، الآية 106.

القوانين والمراسيم:

1-المادة 178 من التعديل الدستوري 1996.

2-المادة 188 من قانون الانتخابات الجزائري لسنة 2012.

3-القانون رقم 157/62 المؤرخ في 1962/12/31 الجريدة الرسمية باللغة الفرنسية.

4-القانون رقم 157/62 المؤرخ في 1962/12/31، الجريدة الرسمية رقم 02، صدرت باللغة الفرنسية

1963، ص18. الغي بواسطة الأمر 29/73 المؤرخ في 1973/07/15، الجريدة الرسمية رقم 62.

5-المادة 192 من قانون الانتخابات الجزائري لسنة 2012.

6-بيان أول نوفمبر 1954، الفقرة الثانية من وسائل الكفاح، نصت "جبهة التحرير الوطني تعد المنظمة

السياسية الوحيدة لقيادة الثورة التحريرية".

المعاجم والقواميس:

1. أسس البلاغة، الزمخشري جار الله أبو القاسم محمد بن عمر، لبنان: بيروت، دار إحياء التراث العربي، ط1،

2001.

2. المعجم الوسيط، الرازي محمد بن أبي بكر عبد القادر، مصر: المطبعة الأميرية، ط3، 1994.

3. لسان العرب، الأنصاري جمال ابن منظور محمد، مصر: الدار المصرية للتأليف والترجمة، ج2.

4. معجم اللغة العربية المعاصر، مختار عمر أحمد، مصر: القاهرة، عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، ط1،

ج1، 2008.

5. معجم نور الدين الوسيط، نور الدين عصام، لبنان: بيروت، دار الكتب العلمية، ط1، 2005.

الكتب:

- 1- الشرقاوي سعاد، النظم السياسية في العالم المعاصر، مصر: القاهرة، دار النهضة العربية، ط2، 1982.
- 2- الهياجنة عدنان، العملية الانتخابية وتعزيز المواطنة، الأردن: عمان، الجامعة الهاشمية، 2012.
- 3- مساعيد فاطمة وآخرون، التحول الديمقراطي وآلياته، الأردن: عمان، دار الراية للنشر، 2012.
- 4- مظلوم العبدلي سعد، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، الأردن: عمان، دار دجلة للطباعة، ط1، 2009.
- 5- أبو إصبعصالح خليل ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الأردن: عمان، دار مجدلاوي للنشر وتوزيع، ط6، 2006.
- 6- أبو شنب جمال محمد، محمد خوخة أشرف، الدعاية والإعلان، مصر: الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- 7- أبو عامود محمد سعد ، التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية، مصر: الإسكندرية، منشأة المعارف، 2008.
- 8- أحمد رشتي جيهان، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، مصر: القاهرة، دار الفكر للنشر، 1985.
- 9- أحمد فؤاد عاطف ، علم الاجتماع السياسي، مصر: الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1995.
- 10- الباز داود، حق المشاركة في الحياة السياسية، مصر: القاهرة، دار الفكر الجامعي، ط1، 2000.
- 11- البسيوني علي، الرأي العام وأثره في النظم السياسية المعاصرة وتأثيره في نظام الحكم، مصر: الإسكندرية، المكتب الحديث العربي، 2013.
- 12- الجوهري عبد الهادي، دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي، مصر: الإسكندرية، المكتبة الجامعية، 2001.
- 13- الخالدي أحمد، النظم السياسية الديمقراطية، مصر: القاهرة، دار الكتب القانونية، ط1.
- 14- الدليمي عبد الرزاق محمد ، الإعلام والعمولة، الأردن: عمان، دار مكتبة الرائد العلمية، ط1، 2004.
- 15- الزبيري محمد العربي، المؤامرة الكبرى أو إجهاض الثورة، الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1989.

- 16- الطماوي سليمان، السلطات الثلاث في الدساتير العربية المعاصرة و في الفكر الإسلامي(دراسة مقارنة)، لبنان: دار الفكر العربي، ط5، 1996.
- 17- الفلاحى حسين علي إبراهيم ، الديمقراطية والإعلام والاتصال، مصر: القاهرة، دار الكتاب الجامعي، 2018.
- 18- القاضي محمد كمال ، الدعاية الانتخابية، مصر: القاهرة، دار النمر للطباعة، 1995.
- 19- المندلاوي محمد محمود ، الدعاية وخفايا الإرهاب، لبنان: بيروت، دار الهادي للنشر، ط1، 2000.
- 20- بالحاج صالح ، المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر من الاستقلال إلى اليوم، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- 21- بدر أحمد، الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، مصر: القاهرة، مكتبة غريب.
- 22- بلعور مصطفى، الإصلاحات السياسية في الجزائر 1990 1988، الجزائر: ورقلة، جوان 2009.
- 23- بن روان بلقاسم، وسائل الإعلام والمجتمع. دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2007.
- 24- بن صغير زكرياء، الحملات الانتخابية مفهومها أساليبها ووسائلها في الجزائر، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2004.
- 25- بو الشعير سعيد، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ج2، 2008.
- 26- بو الشعير سعيد، النظام السياسي الجزائري، الجزائر: دار الهدى للنشر، ط1، 1990.
- 27- بوحوش عمار، محمود الذنبيات محمد ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
- 28- بوشعير سعيد، النظام السياسي الجزائري، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2013.
- 29- جندي عبد الناصر ، تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، الجزائر: بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2007.
- 30- جودت ناصر محمد ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، الأردن: عمان، دار المجلاوي للنشر، ط1، 1998.

- 31- حاتم محمد عبد القادر ، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، مصر: القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1972.
- 32- حاروش نور الدين، الأحزاب السياسية، الجزائر: برج الكيفان، شركة دار الأمة، 2009.
- 33- حجاب محمد منير، أساسيات الرأي العام، مصر: القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.
- 34- حمود العفيفي مصطفى، الحقوق المعنوية للإنسان، مصر: القاهرة، دار الفكر العربي، 2001.
- 35- خضر صالح سامية، المشاركة السياسية والديمقراطية، مصر: القاهرة، جامعة عين الشمس، 2005.
- 36- ربيع حامد ، نظرية الدعاية الخارجية، مصر: القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1972.
- 37-رشوان حسين ع الحميد ، الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط، مصر: الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، 2008.
- 38-رضا هاني ، محمد عمار رامز ، الرأي العام والإعلام والدعاية، بيروت: المؤسسة الجامعية للنشر، ط1، 1998.
- 39- زين الدين بلال أمين ، الأحزاب السياسية من منظور الديمقراطية المعاصرة، مصر: الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2013.
- 40- سعيد تاج الدين أحمد ، الشباب والمشاركة السياسية، مصر: القاهرة، الهيئة العامة للاستعلامات، ط02، 2012.
- 41- سكري رفيق، الإعلام والإعلام العربي، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب، ط1، 2011.
- 42-سكري رفيق، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب، ط1، 2012.
- 43- سكري رفيق، الرأي العام والإعلام والدعاية، ليبيا: طرابلس، جروس برس للنشر، ط1، 1991.
- 44-سويدي محمد، علم الاجتماع السياسي ميدانه وقضاياها، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1990.
- 45-صابات خليل، وسائل الاتصال ونشأتها وتطورها، مصر: القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1987.
- 46- صاحب سلطان محمد، الدعاية وحروب الإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 47- طلعت شاهيناز، الدعاية والاتصال، مصر: القاهرة، الأنجلو المصرية للنشر، 1990.
- 48-طه بدوي محمد ، المناهج المعرفية في عالم السياسة، مصر: المكتب العربي الحديث، 2010.

- 49- عبد الحميد صالح، الإعلام السياسي، مصر: القاهرة، مؤسسة طيبة للطباعة والنشر، 2011.
- 50- عبد السميع عبد الرزاق، حرية الاجتماع، مصر: القاهرة، دار النهضة العربية، 2002.
- 51- عبد الله صالح الحسين علي ، الحق في الانتخاب (دراسة مقارنة)، العراق: بغداد، المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2012.
- 52- عبد الله مي، الدعاية وأساليب الإقناع، لبنان: دار النهضة العربية، ط1، 2006.
- 53- علي عبد الفتاح علي، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، الأردن: عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013.
- 54- عيساني رحيمة ، مدخل إلى الإعلام والاتصال، الجزائر: باتنة، مطبوعات الكتاب والحكمة.
- 55- فؤاد عبد الله ثناء، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي، لبنان: بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1997.
- 56- لعشب محفوظ، التجربة الدستورية في الجزائر، الجزائر: المطبعة الحديثة للقانون، 2001.
- 57- ماض عبد الفتاح وآخرون، الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الأقطار العربية، لبنان: بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2009.
- 58- محمد الحمداي حازم ، الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر، الأردن: عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- 59- محمد عبد الوهاب طارق، سيكولوجيا المشاركة السياسية، مصر: القاهرة، دار غريب القاهرة للطباعة والنشر، 1999.
- 60- مشري ع القادر ، الأحزاب في الديمقراطيات العربية، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
- 61- مصباح عامر ، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010.
- 62- ناجي عبد النور، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية، الجزائر: قالمة، دار النشر لجامعة قالمة، 2006.
- 63- ناجي عبد النور، مدخل إلى علم السياسية، الجزائر: عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007.

- 64- ناجي عبد النور، تجربة التعددية الحزبية والتحول الديمقراطي، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2016.
- 65- "جاي جودوين"، جيل الانتخابات الحرة، ترجمة: منيب أحمد، مصر: القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط1، 2000.
- 66- "دورندان غي"، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة: رزق الله رالف، سوريا: دمشق، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، 2002.
- 67- "هنتكتون صامويل"، الموجة الثالثة للتحوّل الديمقراطي في أواخر القرن العشرين، ترجمة: سعاد الصباح، الكويت: مركز ابن خلدون، ط1.

المجلات والجرائد:

- 1- باللغور مصطفى، "الإصلاحات السياسية في الجزائر 1988.1990" دفاتر السياسية والقانون، ع1، جوان، 2002.
- 2- بن سولة نور الدين، "السيبرنطيقا ووسائل الإعلام"، جيل العلوم الإنسانية، ع10.09.2014، 2.
- 3- جرادى عيسى، "التعددية الحزبية والسياسية في الجزائر"، رسالة الأطلس، ع 212، 26 أكتوبر 1998.
- 4- سويقات أحمد، "التجربة الحزبية الجزائرية 1962.2004"، مجلة الباحث، ع4، 2006.
- 5- محمد نفل نزهت، "طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي"، الباحث الإعلامي، العراق، بغداد، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ع4.

الرسائل والمذكرات:

- 1- العوادى هيبية، النظام القانوني للأحزاب السياسية في ظل القانون العضوي رقم 04 12 المتعلق بالأحزاب السياسية، مذكرة ماستر منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2013/2012.
- 2- رمضانى فتيحة، ربيع سعاد، دور الاتصال السياسي في تعزيز المشاركة السياسية، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت: معهد العلوم القانونية والإدارية، قسم العلوم السياسية، 2018/2017.

- 3- شرايطية سميرة، نشأة الأحزاب السياسية والصراع حول السلطة، مذكرة ماستر منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2008/2007.
- 4- صبع عامر ، دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية، 2008/2007.
- 5- عبد الوهاب عبد المؤمن ، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية الجزائرية، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة: كلية الحقوق، 2007/2006.
- 6- علي مسعود، الرقابة على دستورية القانون دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة باتنة: معهد الحقوق، 1995.
- 7- غارو حسية ، دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة - دراسة حالة الجزائر 2007/1997 ، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة ميلود معمري - تيزي وزو: قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2013/2012.
- 8- غطاس عبد الرزاق، دور الحملة الانتخابية في الحد من العزوف الانتخابي، مذكرة ماستر منشورة، جامعة قاصدي مرباح: كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2016/2015.
- 9- قادري حسين ، المشاركة السياسية كآلية من آليات الديمقراطية في العالم العربي، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2006/2005.
- 10- لرقم الرشيد، النظام الانتخابي وأثره على الأحزاب السياسية في الجزائر، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة قسنطينة: كلية الحقوق، 2006/2005.
- 11- مناع العلجية، التعددية الحزبية في الجزائر ودورها في البناء الديمقراطي، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة الجزائر: كلية العلوم القانونية، 2002/2001.
- 12- منصور فاطمة الزهراء، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر منشورة، جامعة بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014/2013.
- 13- موساوي إبراهيم، عاشور أونان ، النظام القانوني للأحزاب السياسية في الجزائر، مذكرة ماستر منشورة، جامعة أحمد بوقرة-بومرداس: كلية الحقوق بودواو، 2016/2015.

المواقع الالكترونية:

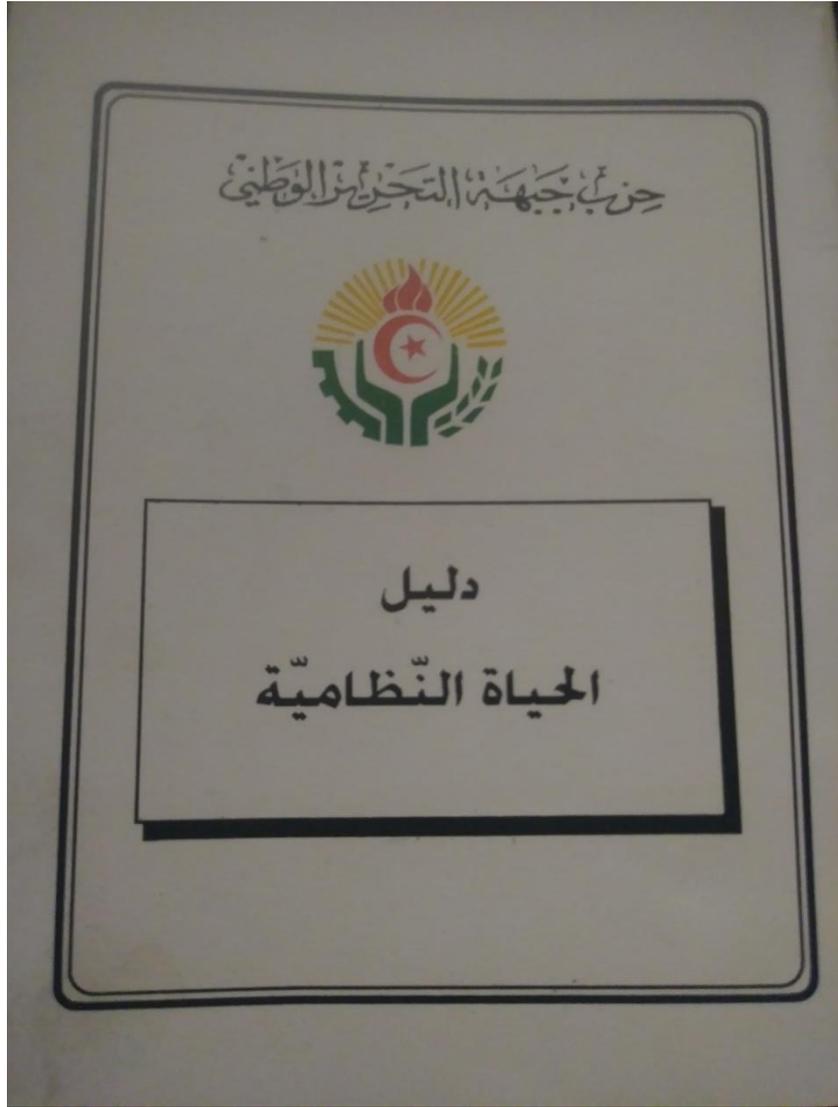
- 1- أكاديمية الوفاق، "تعريف المنهج التاريخي ومميزاته وعيوبه وأهميته في البحث العلمي"، في:
http://weffak.com/المنهج_التاريخي/amp/. (15.03.2019)، (14:45).
- 2- "اقتراب النخبة"، في: الجزائر، في:
<http://www.politics-dz.com/community/theard/mafaxim-umstlxhat-alsiasi.2844/>. (09.03.2019)، (14:44).
- 3- بكرون محمد، "الاستفتاء الشعبي ضمن إطار الفقه والقانون المقارن"، في:
4- <http://pulpit.alwatanevoice.com/articler/2019/04/27/77366.html> (27-04-2019)، (16.37).
- 5- الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، صالح سلمان (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2007)، في:
<http://ar.wikipedia.org>. (15.03.2019)، (18:23).
- 6- عليوة محمود مني، "مفهوم المشاركة السياسية"، في:
<http://www.mokarabat.com/s5459.htm>. (03.03.2019)، (12.19).
- 7- دعوش أحمد، "أساليب الدعاية المعاصرة"، في:
www.alasr.ws (27.03.2019)، (09:47).
- 7 -Le Dictionnaire De Politique Définition
D'élection: www.toupic.org/dictionnaire_élction.Htm (02.04.2019)، (18:22).
- 8- <http://www.almjhar.com>, (25.04.2019)، (15:45).

كتب باللغة الأجنبية:

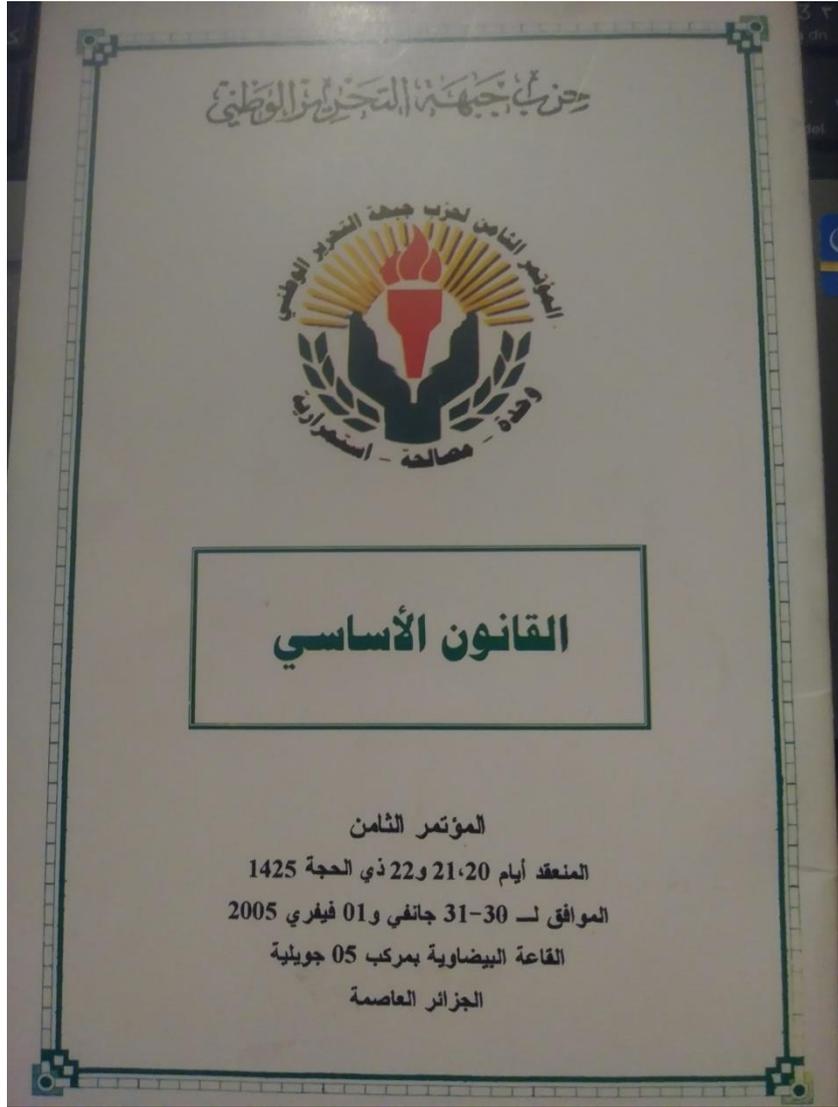
- 1- Ben Dourom Omar, la nouvelle constitution algerienne Du 28 Fevrier 1989, France, Revue De Droit Publique Et De La Sience Politique.

قائمة الملاحق

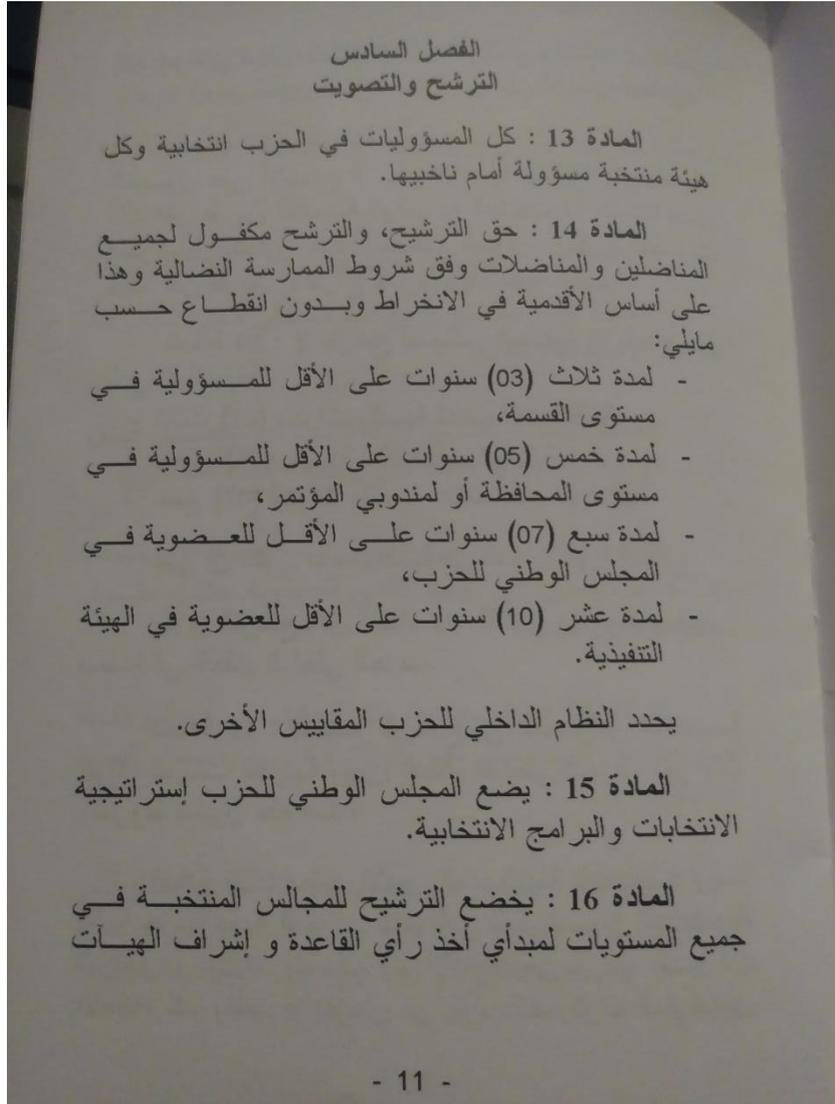
الملحق رقم 01: دليل الحياة النظامية لحزب جبهة التحرير الوطني.



الملحق رقم 02: القانون الأساسي لحزب جبهة التحرير الوطني.



الملحق رقم 03: الفصل الثالث من القانون الأساسي لحزب جبهة التحرير الوطني، ص.11.



الملحق رقم 04: مداخلة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني في ندوة روما التي انعقدت ما بين 21،22 نوفمبر 1994.



الملحق رقم 05: شعار الحملة الانتخابية للمرشح عبد العزيز بوتفليقة في الانتخابات الرئاسية 2014

