جامعة محمد بوضياف المسيلة.

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم الإعلام والاتصال.

دور الاتصال السياسي لدى الأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام

-دراسة حالة لحزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة 2016-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

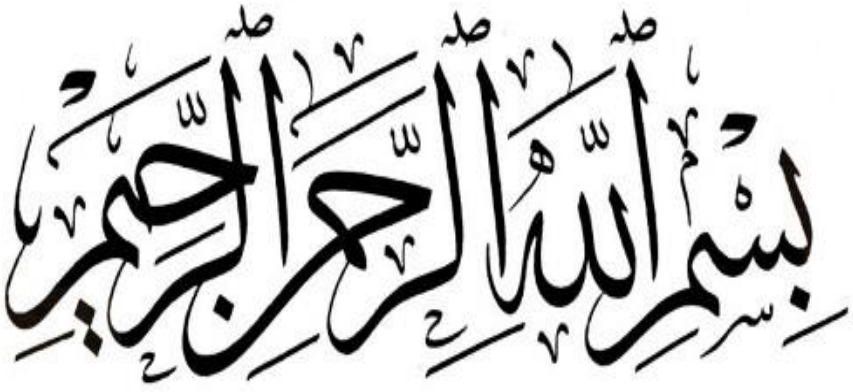
إعداد الطالب: رياض فرجان

إشراف الدكتور: سلامي اسعيداني

اللجنة العلمية المناقشة

اسم الأستاذ	اسم الجامعة	
الزواوي أحمد المهدي	جامعة مُحَّد بوضياف المسيلة	رئيسل للجنة
سلامي اسعيداني	جامعة مُحَّد بوضياف المسيلة	مشرفاً
فيصل بيبي	جامعة مُحَّد بوضياف المسيلة	عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2016/2015


بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

إلى الوالدة الكريمة التي لم تألُ جهداً في تربيتي وتوجيهي

إلى سبب وجودي في الحياة .. والدي الحبيب

لك كل التجلي والاحترام.

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل عائلة "فرجان"

إلى أرواح من سقت دماؤهم أرض هذا الوطن الحبيب

ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي

إلى الأساتذة الكرام: رابح، الدراجي، عبد القادر، المسعود، يحي، محمد، جمال، قدور، جمال فيجل، الطيب، الصالح. محمد عزيز، عبد الرزاق لبشيري.

إلى الأستاذ الفاضل محمد بن البار

إلى حزب حركة مجتمع السلم – أمجدل، مناعة، المسيلة-

إلى كل الزملاء والزميلات في جامعة المسيلة

أهدي هذا الجهد المتواضع.

رياض

كلمة شكر

الحمد الذي أنار لنا طريق العلم و وفقنا لإنجاز هذا العمل و أنعم علينا بالهدى و السداد رغم كل الصعاب.

أشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث من قريب أو من بعيد و لو بكلمة طيبة أو ابتسامة صادقة من القلب.

نوجه جزيل الشكر إلى الدكتور المشرف

"اسعيداني سلامي"

الذي لم يبخل علينا بإرشاداته و توجيهاته و نتمنى له التوفيق في عمله و مشواره التعليمي إن شاء الله.

كما لا ننسى أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال.

رياض

فهرس المحتويات

إهداء	
تشكرات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
ملخص الدراسة	
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
الإشكالية	**5**
أهمية الموضوع	**6**
أهداف الدراسة	**7**
أسباب اختيار الموضوع	**7**
تحديد المفاهيم	**8**
منهج الدراسة وأدواتها	**8**
عينة الدراسة	**13**
الدراسات السابقة	**16**
الفصل الثاني: الاتصال السياسي والأحزاب السياسية	
تمهيد	**19**
المبحث الأول: مدخل تعريفي للاتصال السياسي	**20**
المطلب الأول: الاتصال	**20**
المطلب الثاني: الاتصال السياسي	**23**
المطلب الثالث: مفهوم الأحزاب السياسية	**25**
المبحث الثاني: الاتصال السياسي	**27**
المطلب الأول: نماذج الاتصال السياسي	**27**
المطلب الثاني: وسائل الاتصال السياسي	**31**

المطلب الثالث: واقع الاتصال السياسي في الجزائر	**34**
المبحث الثالث: الأحزاب السياسية	**37**
المطلب الأول: نشأة الاحزاب السياسية وتصنيفها	**37**
المطلب الثاني: وظائف الأحزاب السياسية	**39**
المطلب الثالث: الاتصال السياسي و الأحزاب السياسية	**42**
المطلب الرابع: الأحزاب السياسية في الجزائر	**44**
خلاصة	**48**
الفصل الثالث: الاتصال السياسي والرأي العام	
تمهيد.	**50**
المبحث الأول: مدخل إلى الرأي العام	**51**
المطلب الأول: مفهوم الرأي العام	**51**
المطلب الثاني: نشأة الرأي العام	**53**
المطلب الثالث: خصائص الرأي العام	**55**
المطلب الرابع: وظائف الرأي العام	**57**
المبحث الثاني: تأثير الاتصال السياسي على الرأي العام	**59**
المطلب الأول: العلاقة بين وسائل الإعلام و الرأي العام	**59**
المطلب الثاني: وسائل الاتصال والأحزاب السياسية	**60**
المطلب الثالث: العلاقة بين وسائل الاتصال والسياسة والرأي العام	**63**
خلاصة.	
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي	
تمهيد	**68**
المبحث الأول: بطاقة فنية عن حركة مجتمع السلم	**69**
المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة	**94**
المبحث الثالث: النتائج العامة	**134**
خاتمة	**136**
قائمة المراجع	**139**
الملاحق	**146**

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب الجنس	94
02	يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب المسؤولية داخل الحزب	95
03	يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب سنوات الانخراط	96
04	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 01	97
05	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 02	98
06	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 03	99
07	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 04	100
08	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 05	101
09	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 06	102
10	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 07	103
11	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 08	104
12	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 09	105
13	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 10	106
14	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 11	107
15	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 12	108
16	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 13	110
17	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 14	111
18	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 15	112
19	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 16	113
20	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 17	114
21	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 18	115
22	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 19	116
23	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 20	117

24	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 21	118
25	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 22	119
26	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 23	120
27	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 24	121
28	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 25	123
29	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 26	124
30	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 27	125
31	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 28	126
32	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 29	127
33	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 30	138
34	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 31	129
35	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 32	130
36	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 33	131
37	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 34	132

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب الجنس	94
02	يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب المسؤولية داخل الحزب	95
03	يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب سنوات الانخراط	96
04	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 01	97
05	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 02	98
06	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 03	99
07	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 04	100
08	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 05	101
09	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 06	102
10	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 07	103
11	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 08	104
12	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 09	105
13	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 10	106
14	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 11	107
15	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 12	108
16	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 13	110
17	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 14	111
18	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 15	112
19	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 16	113
20	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 17	114
21	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 18	115
22	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 19	116
23	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 20	117
24	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 21	118
25	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 22	119
26	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 23	120

27	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 24	121
28	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 25	123
29	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 26	124
30	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 27	125
31	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 28	126
32	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 29	127
33	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 30	138
34	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 31	129
35	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 32	130
36	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 33	131
37	يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 34	132

مقدمة.

الاتصال (communication)شيء نقوم به في كل زمان ومكان نلتقي فيه بأشخاص، أو نريد أن نوصل معلومة أو فكرة أو أمراً إليهم. إنه من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في حياته. وتبدأ عملية الاتصال حينما يقرر شخص ما أن يستخدم رمزاً لغوياً (كلمة أو إيماءة أو إشارة أو أي شيء يعطى تفسيراً من أصحاب هذه اللغة) لإثارة معانٍ معينة لدى شخص أو أشخاص آخرين. ونقصد بالمعاني أي استجابات داخلية خاصة بالشخص من صور ذهنية أو تفسيرات أو مشاعر أو مفاهيم كالتي تثيرها فينا الكلمات التي نعرف دلالاتها. وتكتمل عملية الاتصال حينما تتوافق تلك الاستجابات الداخلية للمعاني الموجودة لدى مستقبل (الرسالة) إلى حد ما مع الذي قام بالاتصال (منشئ الرسالة).وتتعدد مجالات الاتصال ومنها الاتصال السياسي.

إن مضمون الاتصال السياسي هو النشاط الذي يحدث في البيئة السياسية سواء كان متعلقا بأعمال الحكومة وأساليب ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة أو خارجها وهو ما يعكس نشاط الساسة الذين يتخذون من وسائل الاتصال منابر لهم لإيصال صوت السلطة إلى الشعب، أو نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة صناعة القرار والمشاركة في العملية السياسية، أو من خلال وظيفة مراقبة الحكومة و متابعة نشاطات رجالها، لا يمكن أن نفصل الاتصال السياسي عن العمل الحكومي والانتخابات، الأغلبية، المعارضة، المجتمع المدني، وسائل الاتصال، الرأي العام، الاستطلاعات والأحزاب السياسية.

إن الأحزاب تحتل موقعا متميزا في بناء العلاقة بين الحكام والمحكومين خاصة في ظل الديمقراطيات التمثيلية، ويتجلى ذلك في الوظائف التي تضطلع بها في الأنظمة السياسية الحديثة، مثل تكوي ن الرأي العام، انتقاء الإطارات السياسية، التمثيل والاتصال، وضع البرامج والسياسات البديلة للسلطة، والقيام بأنشطة التعبئة والتنشئة السياسية، إلى جانب وظيفتها الكبرى المتمثلة في السعي الدائم للوصول إلى الحكم أو المشاركة فيه بالطرق التي يحددها القانون .

من خلال أداء الوظائف السابقة، تسعى الأحزاب السياسية إلى التقريب والتوفيق بين المواطنين والسلطة السياسية، باعتبارها قناة من القنوات الاتصالية التي تضمن تدفق المعلومات المتبادلة بين الطرفين، وتتولى مهمات متعددة تبدأ بتلقي المطالب وتجميعها، ثم إعادة ترتيبها وتقسيمها إلى فئات محددة قبل إيصالها إلى الحكومة، كما تساهم في إبراز المواضيع القوية للنقاش، واقتراح الحلول للمشاكل الموجودة في المجتمع.

إن تنظيم نشاطات الحزب السياسي من أجل الوصول إلى السلطة يدخل ضمن نظام عام للاتصال، يحافظ من خلالها على تواجده واستقلاليته ويساهم في ترسيخ القيم والمرجعية الإيديولوجية لدى المواطن، خاصة وأن نجاح الحزب وتمكنه من تحقيق أهدافه أو على الأقل كسب الرأي العام إلى جانبه، يعود أساسا إلى سلامة أفكاره ووضوح برامجه وتوجهاته الأساسية. وبالرغم من أن الهدف الأساسي للأحزاب ليس القيام بعملية الاتصال، وإنما العمل على الاستحواذ على السلطة أو الاحتفاظ بها، إلا أنه أصبح في الوقت الحالي يفرض نفسه من أجل ضمان فعالية الأحزاب داخل النظام السياسي، وتحقيق أدوارها كاملة في المجتمع.

في هذا السياق تعد الوظيفة الاتصالية للأحزاب السياسية من أهم الوظائف التي تقوم بها في ميدان التمثيل السياسي، فهي مبنية على هياكل وقنوات مناسبة لممارسة وظيفة الاتصال ضمن الجماعات أو الأجهزة الأخرى في المجتمع، ودورها الوسيط بين السلطة السياسية والشعب يجعلها وسيلة من وسائل الاتصال السياسي الفعالة.

لقد أصبح الاتصال السياسي اليوم كموضوع للبحث يثير اهتمام الدارسين المتزايد، وصولا إلى تحويله إلى مبحث علمي قائم بحد بذاته، وخلال دراستنا هذه سلطنا الضوء على عملية الاتصال السياسي لدى الأحزاب وتأثيرها في الرأي العام.

يدور موضوع دراستنا حول دور الاتصال السياسي لدى الأحزاب في التأثير، وحاولنا دراسته من خلال تسليط الضوء على نشاطات الاتصال السياسي في حركة مجتمع السلم، والدراسة الجيدة للموضوع تتوجب وضع خطة محكمة لها، وقد سطرنا خطة لدراستنا قسمناها على ثلاثة جوانب للوصول لنتائج ملموسة وهي: جانب

منهجي، وجانب نظري يتكون من فصلين، وجانب تطبيقي طبقنا فيه دراسة حالة على مكتب حزب حركة مجتمع السلم بولاية المسيلة.

الجانب المنهجي تمَّ التطرق فيه إلى إشكالية الدراسة والذي والتي ناقشت دور الاتصال السياسي في التأثير على الرأي العام، وقدمنا تحت هذه الإشكالية تساؤلات الدراسة وأهميتها وأهدافها وأسباب اختيارها، وحددنا مفاهيم ومصطلحات الدراسة، وبعدها مجتمع البحث والعينة المدروسة والمنهج المتبع في الدراسة وأدواتها، ووضعنا دراستين سابقتين تناولتا الموضوع أو أشارتا إلى جانب من جوانبه.

أما الجانب النظري فقسمناه إلى فصلين، فصل بعنوان "الاتصال السياسي والأحزاب السياسية" وضم ثلاثة مباحث، "مدخل تعريفي للاتصال السياسي "، "الاتصال السياسي"، "الأحزاب السياسية"، وفصل أخر تحت عنوان وضم مبحثين، "مدخل إلى للرأي العام "، " تأثير الاتصال السياسي على الراي العام"، أما الجانب التطبيقي فحاولنا من خلاله دراسة العملية الاتصالية في مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة واحتوى قسمين: قسم خصصناه لوضع بطاقة فنية لحزب حركة مجتمع السلم، وقسم كان لتحليل نتائج الدراسة وفقاً لتفريغ بيانات استمارات الاستبيان الموزعة على منتسبي مكتب حركة مجتمع السلم بالمسيلة، ثمَّ خرجنا بنتائج عامة.

الفصل الأول:
الإطار المنـهجي

- الإشكالية
- أهمية الموضوع
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- تحديد المفاهيم
- منهج الدراسة وأدواتها
- عينة الدراسة
- الدراسات السابقة

1- الإشكالية

اهتم علماء السياسة والاتصال السياسي والاجتماعي السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا أهمية العلاقة الجوهرية بينهما، بل أنهم نادوا بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية بالاعتماد على نظريات الاتصال.

فعالم السياسة يصعب أن يوجد من دون اتصال لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرارات، وينطبق ذلك على النظام السياسي أياً كانت طبيعته، فالمواطنون لا بد وأن يكونوا قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة، وعلى الحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين وتبريرها لهم لنيل رضاهم.

الأحزاب السياسية شأنها شأن جميع المؤسسات السياسية في الدولة تحتاج إلى الدعم الشعبي والمؤازرة الشعبية، حيث يمكن القول أن الاتصال السياسي هو أهم الضروريات التي يجب أن يتبعها الحزب في عمله، ومن المعروف أن هدف أي حزب هو الوصول إلى الحكم أو المشاركة فيه وهذا لا يمكن أن يوفر له ما لم يتمتع بالتأييد الجماهيري الواسع، وهذا التأييد لا بد من توفيره عن طريق التأثير في هذه الجماهير التي تشكل الرأي العام داخل الدولة، وهنا تظهر أهمية الاتصال السياسي الذي يمارسه الحزب في الدولة لبناء أكبر حجم ممكن من التأييد الشعبي له ولبرامجه السياسية.

فالاتصال السياسي هو وسيلة الحزب الايجابية التي يقوم عن طريقه أعضاء الحزب بالحوار المفتوح مع جماهير الشعب بهدف ترسيخ عقيدة الحزب لديهم، وكسب الدعم الشعبي لسياسة وبرامج الحزب، حيث يستمعون لملاحظة الجماهير تجاه بعض الأوضاع وانطباعاتهم تجاهها ، ويقوم أعضاء الحزب ثانية ، خلال اجتماعاتهم الحزبية بمناقشة مختلف المشاكل الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع، والتي تحتاج إلى الحلول، وتتدرج مقترحات أعضاء

الحزب المختلفة لمعالجة هذه المشاكل خلال التنظيم الهرمي للحزب حتى تصل إلى مستوى القيادة وتنصهر في برامج الحزب المختلفة.

بذلك يضمن الحزب نوعاً من التفاعل مع الإرادة الشعبية المحيطة به، بحيث تؤدي الاستجابة لرغبات ومتطلبات الجماهير في السياسة العامة للحزب، إلى تحقيق قدر كبير من التوافق بين الحزب والشارع الشعبي وذلك يعود على الحزب بالفائدة العظيمة في أوقات الانتخابات، عندما تجد الجماهير فيه المحقق لطموحاتها وتطلعاتها، ويؤدي هذا في الأحول الطبيعية لوصول الحزب ذو التوافق الأكبر مع الإرادة الشعبية إلى سدة الحكم في البلاد، وإذا ما أصبح الحزب في السلطة، أصبح واجباً عليه التركيز أكثر على الاستمرارية بهذا التوافق مع الجماهير لضمان الاستمرارية في الحكم .

وفي هذا البحث نحاول إلقاء نظرة على الاتصال السياسي والتأثير على الرأي العام كأداة من الأدوات التي تلجأ إليها الأحزاب في صنع وحشد التأييد الجماهيري، حزب حركة مجتمع السلم من الأحزاب السياسية الرائدة في الجزائر ويسعى إلى نشر افكاره في الأوساط الشعبية ليخلق رأي عام مؤيد له و يمارس بهذا عملية الاتصال السياسي، وركزت دراستنا على نشاطات مكتب حركة مجتمع السلم بالمسيلة.

من خلال كل هذا يتبادر لنا التساؤل التالي:

ما هو الدور الذي يلعبه الاتصال السياسي لدى حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة في التأثير على الرأي العام المحلي؟.

2- التساؤلات

- ما واقع الاتصال في مكتب حزب حركة مجتمع السلم في ولاية المسيلة؟.
- ما هي الاستراتيجية الاتصالية التي يطبقها حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة؟.
- كيف يوظف حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة وسائل الاتصال السياسي للتأثير عن الرأي العام المحلي؟.

3– أهمية الموضوع

– إنَّ أهمية هذه الدراسة تكمن في كونها تسلط الضوء على جانب أخر من جوان بعمل الأحزاب السياسية المتمثل في الاتصال السياسي، خاصة أن الأحزاب السياسية ك انت ولا تزال من أبرز الوسائل التي يعتم د عليها الأفراد والجماعات للتعبير عن أراءهم وإيصال مطالبهم. فضلا على ذلك توفر الأحزاب ميدانا خصبا لبحوث الاتصال، وهذا بالضبط ما سعينا إلى استثماره في هذه الدراسة.

– لما كانت الأحزاب تعتبر من قنوات الاتصال السياسي الفعالة، أردنا الإحاطة أكثر بهذا الجانب والإلمام به والبحث عن مدى فاعلية الدور الاتصالي الذي يمكن أن تلعبه الأحزاب السياسية خاصة في شكلها التعددي وبالتالي إبراز قدرتها على توصيل الرسائل والخطابات المتبادلة بين الحكام والمحكومين.

–كون التجربة السياسية التعددية في الجزائر في مرحلة تكوين، انتقال، وبحث لإرساء قواعد ثابتة لصيرورتها، اتسع مجال الدراسة والبحث في مجال الإعلام و الاتصال وظهور مواضيع وظواهر اتصالية جديدة يحاول الباحثين من خلال دراستها فهم نوعية وطبيعة هذه الظواهر ويعد حزب حركة مجتمع السلم حزب له مكانة قوية وبارزة بين الأحزاب الجزائرية لذلك فدراسة ظاهرة الاتصال السياسي داخل الحزب يمكن ان يعطينا صورة للاتصال السياسي في الجزائر .

4– أهداف الدراسة:

–اكتشاف مدي استخدام الأحزاب السياسية للاتصال السياسي، ومدى اعتمادها عليها في التأثير على الرأي العام.

–نقص الدراسات في الإعلام والاتصال التي تناولت دور الاتصال السياسي للأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام وتأثير نوعية هذه العلاقة على الرأي العام وإبراز الدور الفعلي الذي تلعبه وسائل الاتصال هذا المجال.

–التعرف على دور الاتصال في التنظيم الداخلي في حزب حركة مجتمع السلم .

5- أسباب اختيار الموضوع:

-حب استكشاف ودراسة المواضيع التي تعالج الظواهر الاتصالية ودراسات الإعلام والاتصال، كون هذه الدراسات مجال تخصصي الدراسي.

-تنمية القدرات المعرفية، الميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع لتزايد دور الاتصال السياسي في الانفتاح الذي يعرفه المجال السياسي في الجزائر.

-قلة الدراسات التي تناولت موضوع دور الاتصال السياسي للأحزاب السياسية في التأثير عن الرأي العام.

- إضافة مرجع جديد وإثراء المكتبة به لمساعدة الباحثين في هذا المجال.

6- تحديد المفاهيم:

- الاتصال:

لغة :

اتصل الشيء بمعنى لم ينقطع اتصل فلان بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه يقال : اتصل به بخبر بمعنى أعلم.[1]

تشتق كلمة اتصال من الأصل communication بمعنى مشترك وفي الأصل الانجليزي تعني كلمة commun شائعا ومألوفا ومن خلال القراءات السابقة نستطيع أن نلم بمعنى كلمة اتصال على أنها تعني نقل و تبادل المعلومات و جعل معانيها معروفة بين الناس لتحقيق غرض أو أثر ما.[2]

اصطلاحا:

إنَّ من التعاريف التي تؤكد التبادل و التفاعل تعريف بوجردوس الذي يعرف الاتصال على أنه التفاعل في ضوء منبهات أو إشارات أو نظرات عن طريق استجابة الأشخاص إليها، و يستخدم الاتصال تلك المنبهات

[1] معجم مجاني للطلاب: بيروت، دار المجاني، 2001 ص 1028

[2] محمد منير حجاب: **موسوعة الإعلامية**، مجلد 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 23

كرموز لما تحمل من معنى، فإذا اكتسب شخصان نفس الرموز بنفس معانيها فإنما يتصل كل منهما بالآخر، و من ثم ينشؤون الاتصال.[1]

يدخل في نفس السياق تعريف جورج لندبرج " Georges Lindberg" الذي يقول << إن كلمة الاتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات و الرموز، عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز >>.[2]

التعريف الإجرائي للاتصال : الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها المعلومات والأفكار بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم و من حيث العلاقات المتضمنة فيه.

- **الرأي العام** :

لغة:

إنه بتحليل مصطلح الرأي العام نجد أنه ينقسم إلى لفظين هما: لفظ "رأي" ولفظ "عام" والرأي من قولك رأى كذا، وكلمة أرى في حد ذاتها تعبير عن أمر قابل للشك، وعلى هذا فالرأي معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين، وأما كلمة "عام" يقصد بها الجماعة التي تشترك في الرأي، و هذه الجماعة تتألف من أفراد يتباينون في أخلاقهم وتقاليدهم و معتقداتهم و ثقافاتهم.[3]

اصطلاحا:

الرأي العام هو المحرك الذي يجعل الديمقراطية تتحقق[4]. كما عرفه الدكتور مختار التهامي بما يلي:

" الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الداعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس مصالح هذه الأغلبية مساً مباشرا. أو يشغل بالها و يحتدم فيه الجدل و النقاش في فترة معينة[5].

3 فضيل دليو وآخرون: **الاتصال في المؤسسة، منشورات مخبر علم الاجتماع و الاتصال**، مؤسسة الزهراء قسنطينة 2003، ص 83-84

[2] جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظرية الإعلام**، دار الفكر، القاهرة 1978، ص 50

[3] عبد اللطيف حمزة: **الاعلام و الدعاية**، دار الفكر العربي، القاهرة 1984 ص 18

[4] عبد الرحمان عزي: **دراسات في نظرية الاتصال**، طبعة 01 ،بيروت، 2003، ص 53

[5] مختار التهامي: **الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام**، القاهرة 2005،ص 21

وعرفه اسماعيل سعد أيضا بأنه حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم ، التي يمكن التأثير في تشكيلها من خلال عملية الاتصال التي تأثر نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي.[1]

التعريف الإجرائي للرأي العام:

الرأي العام ظاهرة اجتماعية، تعد نتائج النقاش والجدال بين الأفراد حيث يسود أحد الآراء على بقية الآراء كما أنه يعكس التضامن لجماعة ذات مصالح مشتركة لممارسة الضغوط على أجهزة الدولة المعنية و يشترط أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء و ثباتهم كافية للتأثير على السياسة العامة بحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأي الأغلبية مع عدم إقصاء الأقلية.

– الاتصال السياسي:

تعددت تعاريف الاتصال السياسي من مفكر إلى آخر، وذلك باختلاف الإيديولوجية الفكرية من باحث إلى آخر، لكن أكثر هذه التعاريف أهمية هو تعريف دونتون ودرو "Denton wodrou " حيث عرف الاتصال السياسي باعتباره علاقة لتبادل الآراء والحجج أي أن الاتصال السياسي يعني مناقشة عامة حول توزيع الموارد العامة والسلطة الرسمية ومن يمتلكها – ممن يملكون صلاحيات إصدار القرارات التشريعية والتنفيذية– والمكانات الرسمية والعقوبات التي تقرها الدولة بشكل أو آخر".[2]

تجدر الإشارة إلى أنه يجب التفريق بين الاتصال السياسي باعتباره أحد أشكال الاتصال الاجتماعي، وبين الاتصال السياسي باعتباره علما قائما له نظرياته ومجالاته الدراسية، فهو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة من

[1] اسماعيل علي سعد : **الرأي العام بين القوة والإيديولوجيا**، بيروت، دار النهضة العربية ،1988 ص 111 - 112

[2] سعد بن سعود بن مُحَمَّد بن عبد العزيز: **العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية**، الرياض، منشورات كلية الدعوة و الإعلام ، 2006، ص 101

الأنشطة والفعاليات التي يقوم بها القائمون بالعملية الاتصالية لتحقيق أهداف سياسية، وينصب على إحداث تأثيرات على الرأي العام والجمهور والمستقبل.[1]

يعرفه هارولد سن وبليك الاتصال السياسي بقولهما هو الاتصال الذي له تأثيرات واقعية أو محتملة في عمل الدولة السياسي أو أية وحدة سياسية أخرى. وهذا الاتصال عنصر هام بالنسبة للسلطة إذ أن الذين يمتلكون السلطة يسيطرون على الاتصال لتحقيق أهدافهم بالبقاء في السلطة سواء كانوا ديمقراطيين أو غير ذلك[2] .

التعريف الإجرائي للاتصال السياسي:

يعتبر الاتصال السياسي حجر الأساس للديمقراطية وشرط ضروري لقيامها كما انه أحد ثلاث عمليات سياسية متداخلة وهي السلطة السياسية، التنظيمات السياسية، الاتصال السياسي، ويقصد به الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية والتفاعل بين المؤسسات الحكومية والمواطن.

– الأحزاب السياسية

لقد تعددت التعاريف التي تناولت الأحزاب السياسية من حيث المراحل التاريخية والمنطلقات السياسية للكتابات السياسية التي تناولت البحث والدراسة في مجال الأحزاب السياسية، فمنها ما ركز على الجانب الإيديولوجي أو التنظيمي، وهناك دراسات جمعت بين مختلف جوانب الظاهرة الحزبية، أما في دراستنا هذه فنسعى إلى التركيز على الأحزاب السياسية من منطلق علاقتها بوسائل الإعلام والاتصال، والرأي العام.

المعنى اللغوي للأحزاب السياسية:

جاء في مختار الصحاح " حزب الرجل أصحابه والحزب يعني الطائفة أو الجماعة من الناس وكل قوم تشابكت قلوبهم وأعمالهم وإن لم يلق بعضهم بعضا ويقال تحزبوا بمعنى تجمعوا ".[3]

[1] مُحَّد حمدان المصالحة: **الاتصال السياسي مقترب نظري تطبيقي**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002، ص 13

[2] مُحَّد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، مجلد01، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 83

[3] مُحَّد ابن أبي بكر الرازي: **مختار الصحاح**، مكتبة لبنان، لبنان، 1985، ص 56

المعنى الاصطلاحي للأحزاب السياسية:

تعرف المعاجم والموسوعات السياسية الأحزاب السياسية كما يلي:

الموسوعة السياسية:" الحزب السياسي هو مجموعة من الناس ذوي الاتجاه الواحد، النظرة المتماثلة والمبادئ المشتركة، يحاولون أن يحققوا الأهداف التي يؤمنون بها، يرتبطون ببعضهم وفقا لقاعدة أو قواعد تنظيمية مقبولة من جانبهم، تحدد علاقتهم وأسلوبهم و وسائل عملهم ".[1]

كما يعرفه أيضا أدموند بيرك Edmund Burke الحزب السياسي كما يلي :" جماعة منظمة من الرجال متحدة للعمل المشترك لخدمة المصلحة الوطنية حسب المبدأ المتفق عليه "، بينما جون جيكال وأندي هوريو Jean Gicquel et André Hauriou يقدمان التعريف التالي للحزب السياسي:" إن الحزب السياسي تنظيم دائم يتحرك على مستوى وطني ومحلي من أجل الحصول على الدعم الشعبي يهدف للوصول إلى السلطة بغية تحقيق سياسة معينة".[2]

التعريف الإجرائي للأحزاب السياسية:

الحزب السياسي هو تنظيم رسمي يقوم بتأطير مطالب الشعب وإيصالها للحكومة كما أنه همزة وصل بين السلطة السياسية والشعب يشكله مجموعة من الأشخاص لهم توجه وإيديولوجية مشتركة يسعون لتحقيق الأهداف التي يؤمنون بها وهي الوصول إلى السلطة أو التأثير عليها، وذلك من خلال أنشطة متعددة، وخصوصا من خلال تولي ممثليه المناصب العامة.

[1] تحقيق عبد الوهاب الكيالي وكامل زهيري: **الموسوعة السياسية**، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1974، ص 288

[2] فضلون آمال: **استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة ص 65.

7- منهج الدراسة وأدواتها:

إن أي بحث علمي يستلزم إتباع منهج واضح يتماشى مع موضوع الدراسة، لان المنهج العلمي هو "الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد ،الإجراءات والخطوات المنتظمة التي توجه سير العمل البحثي، وتحدد عملياته حتى يصل الباحث إلى نتيجة.[1]

المنهج المسحي:

كما اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي و" هو عبارة عن تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية، كالمكتبات والمدارس والمستشفيات مثلا وأنشطتها المختلفة وموظفيها خلال فترة زمنية معينة، والوظيفة الأساسية للدراسات المسحية هي جمع المعلومات التى يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها".[2] ويمتد الهدف من عملية المسح "من مجرد الرصد قصد الفهم إلى تقويم أوضاع قائمة أو لأغراض عملية مباشرة والتي تعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميا عن طريق جمع معلومات متقنة عن المشكلة وتصنيفها و تحليها".[3]

يعتبر الحصول على البيانات و المعلومات التي تعتمد عليها الدراسة من أهم خطوات البحث ومن الأساليب المستخدمة في جمع البيانات في الدراسات المسحية الاستبيان والمقابلة، فإن طبيعة الدراسة تستدعي اعتماد "منهج دراسة حالة "وهو المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا أو مجتمعا محليا أو مجتمعا عاما وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من مراحل تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك قصد الوصول إلى تعميمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المشكلة لها...".[4]

[1] سمير محمد حسين: **بحوث الإعلام الاسس المبادئ**، كلية الإعلام، القاهرة، 1986، ص 127
[2] محمد شلبي: **المنهجية في التحليل السياسي** ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1997 ، ص 47
[3] عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 ، ص 87
[4] عمار بحوش: **مناهج البحث و طرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995 ، ص 130

الملاحظة:

تتمثل في مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات، و تفاعلات عناصر الدراسة، و هي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع ، هدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة ليس بالمعنى السلبي أو الذاتي لهذه الجوانب بل باستخدام العقل، إجراء المقارنات واستخلاص النتائج.[1] وقد تم اعتماد هذه التقنية بشكل خاص في المراحل الأولى من البحث.

المقابلة:

تدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان في إطار انجازه للبحث، وهي لغة مشتقة من الفعل قابل بمعنى واجه أي بمعنى المواجهة.[2]

المقابلة في البحث العلمي تعتمد على الاتصال المباشر، الذي يجري في شكل مناقشة حول موضوع معين قصد الحصول على حقائق معينة ، آراء و مواقف محددة ، وتعرف المقابلة على أنها : "أداة بحث مباشرة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين فرديا أو جماعيا ، قصد الحصول على معلومات كيفية ذات علاقة باستكشاف العلل العميقة لدى الأفراد".[3]

الاستبيان:

اخترنا الاستبيان كأداة أساسية في دراستنا هذه نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الاجتماعية، لما توفره ن سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة

[1] إحسان محمد الحسن : **الاسس العلمية لمناهج البحث العلمي** ، دار الطباعة و النشر ، بيروت ، 1982 ،ص 91
[2] أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 005 ، ص 213
[3] **نفس المرجع**، ص 214

موضوع الدراسة، وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع.[1] والتعامل معها في ما بعد، ويرى علماء المنهجية أن الإجابة الواضحة قابلة للتحليل أو التعامل العلمي فيما بعد، إنما ترتبط بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستمارة سواء من حيث الشكل أو المحتوى.[2] حاولنا قدر الامكان أن تكون أسئلة استبيان دراستنا واضحة وملمة بكل جوانب وإشكاليتنا، وقد مرت صياغتنا لأسئلة الاستبيان بعدة مراحل وأهمها بناء محاورها استنادا إلى الأسئلة المتفرعة عن الإشكالية.

8- عينة الدراسة:

تعرف العينة:" أنها مجموعة صغيرة من مجتمع البحث و التي يمكن من خلال دراستها إسقاط الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختياره منه".[3] ويعرفها موريس أنجلس " أنها ذلك الجزء من البحث الذي ستجمع من خلاله المعطيات في ميدان العلم ".[4]

اعتمدنا في دراستنا على العينة العنقودية: تستخدم العينة العنقودية في الدراسات ذات المستوى الأكبر لأنها الأقل كلفة. وتشتمل العينة العنقودية على اختيار مجموعات كبرى تعرف بالعناقيد، ثم يتم اختيار وحدات العينة من تلك العناقيد . والعناقيد يتم اختيارها عن طريق العينة العشوائية البسيطة أو الطبقية . هذا واعتماداً على مشكلة الدراسة يمكن إدخال كل وحدات العينة في عينة الدراسة أو يمكن أن نختار وحدات منها عن طريق العينة العشوائية أو الطبقية.[5]

[1] محمد بدوي: **مناهج وطرق البحث الاجتماعي**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002، ص 371
[2] صلاح محمد الغوال: **مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، مكتبة غريب، القاهرة، 1999، ص 33
[3] عامر مصباح، **مرجع سابق**، ص 211
[4] موريس أنجرس: ترجمة بوزيدي صحراوي، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006 ، ص 301
[5] عمر عبد الجبار: **مجتمع الدراسة وأنواع العينات**، موقع اجتماعي، http://www.ejtema3e.com ، شوهد يوم: 2015/12/12

9- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: إسماعيل مرازقة: الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية و الإعلامية ترتيب العوامل المؤثرة في دور الجرائد المستقلة من 1990 إلى 1994 دراسة لنيل شهادة الماجستير علوم الإعلام والاتصال، جامعة، الجزائر: معهد علوم الإعلام والاتصال 1999.

سعت دراسة الباحث إسماعيل مرازقة إلى تحديد العوامل المؤثرة في عملية الاتصال السياسي من خلال معرفة مدى تأثير القوانين والقرارات الإدارية في محتوى ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام و مدى الأثر السياسي على المحتوى، إلى جانب تحديد التأثيرات الاقتصادية على أجهزة الإعلام من قبل الحكومة أو المؤسسات التجارية الخاصة وتحليل درجة الكبت التي تتراوح من قتل الإرادة لدى الصحفيين إلى الرقابة على الأخبار، وضمن هذا المنظور راحت هذه الدراسة تصنف و ترتب العوامل الأكثر تأثيرا في وظيفة الصحف المستقلة ، وفي دورها في عملية الاتصال السياسي، وتحقيقا لذلك قسم الباحث دراسته إلى فصل منهجي وأربعة فصول تناولت العملية السياسية كعملية اتصالية من حيث تقديم مطالب المعارضة و ضرورة انسجامها تسهيلا لعملية الاتصال السياسي، وأيضا الكيفية التي ينبغي أن يكون عليها هذا الاتصال و طبيعة تكون المجتمع. كما أبرز قنوات الاتصال السياسي أهميتها و دورها في نقل المطالب وتدفق المعلومات بين الحاكم و المحكوم و الكيفية التي ينبغي أن تكون عليها لتعمل بفاعلية أكبر و مصداقية أعلى عارضا مختلف المدارس النظرية التي عالجت الاتصال السياسي من باب التحليل والتنظير. خصص الفصل الثاني لعملية الاتصال السياسي في الجزائر في مرحلة التعددية معتمدا على المنهجين التحليلي و التاريخي قام فيه بتحليل مختلف القنوات على ضوء المفاهيم، والأطروحات المعروضة في الفصل الأول من خلال الحديث عن أسباب أحداث أكتوبر 1988 ظروفها ، دورها في تحديد مسار التعددية و الإطار التشريعي للنقلة الديمقراطية المتعلقة بالنشاط الإعلامي لاسيما الدستور وقانون الإعلام. أما الفصل الثالث فقد عرض فيه موقع الصحافة الجزائرية في عملية الاتصال السياسي معتمدا في ذلك على

المنهجين التحليلي والتاريخي ، عالج فيه محددات دور الصحافة في عملية الاتصال السياسي خلال فترة الحزب الواحد و هي محددات متعلقة بالعالم السياسي عموما، تطرق فيه لتطور الصحافة المكتوبة بعد أكتوبر 1988 من جوانبها الكمية لا سيما الصحافة المستقلة منها، وأبرز أهم مستلزمات قيامها بدورها ومنها التوزيع، الطباعة والإشهار.

تختلف دراستنا عن دراسة إسماعيل مرازقة في كونها تناقش تأثير الاتصال السياسي على الرأي العام في حين سعت هذه الدراسة إلى الإحاطة بالعوامل المؤثرة على الاتصال السياسي في مرحلة التعددية الحزبية.

الدراسة الثانية: دراسة سعد بن سعود بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيرُه في المجتمع السعودي –دراسة تحليلية ميدانية صادرة سنة 2006–.

تطرق الباحث خلال هذه الدراسة إلى مستويات الاتصال السياسي والاتجاهات التقليديةٌ والحديثة في تحديد وظائفه، وتحديدٌ الخطاب الإعلام ونظريات التأثيرٌ السياسي لوسائل الإعلام، كما تناول العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي في المملكة السعودية، توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام شاركت في مناقشة المضامين السياسية أكثر من المسؤولين السياسيين والحكام، عالج الباحث إشكاليته في جانبين نظري وتطبيقي، خصص الجانب النظري لدراسة الاتصال السياسي ومفاهيمه المختلفة وتأثيرات الوسائل الإعلام في السياسة وفي المجتمع، ووصف وضعية الاتصال السياسي في المجتمع السعودي قبل ظهور وسائل الإعلام، أما الجانب التطبيقي فقد خصصه لدراسة المضامين السياسية في وسائل الإعلام ومدى تأثيرها على عينة الدراسة. ودرس العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والاتصال السياسي وكذا النظام السعودي.

يعالج الباحث السعودي العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة من خلال ممارسة النظام السياسي السعودي للاتصال السياسي، وهو جانب من جوانب دراستنا التي سعينا فيها لإبراز تأثير الاتصال السياسي على الرأي العام من هلال وسائل الاتصال.

الفصل الثاني

الاتصال السياسي والأحزاب السياسية

- تمهيد
- المبحث الأول: مدخل تعريفي للاتصال السياسي

المطلب الأول: الاتصال

المطلب الثاني: الاتصال السياسي

المطلب الثالث: مفهوم الأحزاب السياسية

- المبحث الثاني: الاتصال السياسي

المطلب الأول: نماذج الاتصال السياسي

المطلب الثاني: وسائل الاتصال السياسي

المطلب الثالث: واقع الاتصال السياسي في الجزائر

- المبحث الثالث: الأحزاب السياسية

المطلب الأول: نشأة الاحزاب السياسية وتصنيفها

المطلب الثاني: وظائف الأحزاب السياسية

المطلب الثالث: الاتصال السياسي و الأحزاب السياسية

المطلب الرابع: الأحزاب السياسية في الجزائر

- خلاصة

تمهيد

اهتم علماء السياسية والاتصال السياسي والاجتماع السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة وأكدوا على اهمية العلاقة الجوهرية بينهما. بل أنهم نادوا بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية، بالاعتماد على نظرية الاتصال، فعالم السياسة صعب أن يوجد دون اتصال لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار.

لقد تعددت المفاهيم ولكن بقي الإجماع على تعريف موحد للاتصال السياسي غائب وهذا نظرا لعدم إجماع الباحثين في حقل الاتصال السياسي من حيث المضمون والحدود وكذلك لاعتباره نمط جديد من أنماط الاتصال يحتاج للكثير من الاجتهادات.

المبحث الأول: مدخل تعريفي للاتصال السياسي

المطلب الأول: الاتصال

1- مفهوم الاتصال

من المسلم به أن العصر الحالي أصبح يطلق عليه الكثير من المسميات منها عصر الاتصال، و أصبح العالم الآن يعيش ثورة حقيقية في مجال الاتصالات مهدت لها الثورة التكنولوجية التي تبلورت معالمها واتضحت في منتصف القرن العشرين، و على هذا الصدد نعرف الاتصال كالآتي:

- الاتصال عملية أساسية لأن المجتمع يقوم على مقدرة الانسان على نقل نواياه و مشاعره و معلوماته وخبراته من فرد إلى فرد، فالاتصال هام لأن المقدرة على الاتصال مع الآخرين تزيد من فرص الفرد في البقاء، في حين أن عدم القدرة على الاتصال تعتبر نقصا خطيرا في التفكير أو في المشاعر[1].

- عن طريق الاتصال يستطيع الانسان أن يشبع حاجاته المختلفة الجسمية والنفسية والاجتماعية، ولذلك فالاتصال قديم قدم الانسان، فمنذ وجود الانسان على هذه الأرض وهو يستخدم الاتصال بالمفهوم والكيفية التي تناسب وحضارته واحتياجاته، فكلما تقدمت الحضارة، وكلما ازدادت احتياجات الانسان، كلما ازداد استخدامه للاتصال[2].

- الاتصال يمثل صميم العلاقات الاجتماعية، فطبيعة البشر إقامة علاقات مستمرة في ما ببنهم، و طبيعة شبكات الاتصال التي تنشأ فيما بينهم و ما تتخذه من أشكال و تبلغه من فعالية، تتحد بدرجة كبيرة فرص التقارب بين أفراد المجتمع و فرص اندماجهم فيه، كما تقدر امكانيات الحد من التوتر أو حل النزاعات أينما ظهرت[3].

---

[1] جيهان رشتي: **الإعلام و نظرياته في العصر الحديث**، القاهرة، دار الفكر العربي، 1971، ص 44.

[2] محمود حسن اسماعيل: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر،2003، ص ص 19-20.

[3] اليونيسكو: **أصوات متعددة و عالم واحد (الاتصال و المجتمع اليوم)**، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981، ص 11.

2- خصائص الاتصال:

مما سبق من التعاريف المقدمة نستطيع استنتاج عدة عناصر أو مميزات للعملية الاتصالية على الوجه الآتي:

- علم الاتصال يستمد أصوله من علوم اخرى مثل علم النفس، علم الاجتماع ... ، و جميع هذه العلوم المختصرة تعتبر الاتصال مجالا هاما بالنسبة للموضوعات التي يدرسونها.
- عملية مستمرة و ديناميكية.
- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين تحقق المشاركة في الخبرة بينهما، فكل من المرسل والمستقبل يشتركان في رسالة واحدة (الصياغة، التفسير، التصرف).
- يمكن أن يتم الاتصال بعدة طرق و ليس فقط بالطرق الكتابية أو اللغوية حيث يمكن أن تكون الأحاسيس أو المعاني بواسطة سلوكيات أو إشارات معينة.
- الاتصال عملية تبادل فكري ووجداني و سلوكي بين الناس.
- يعد الاتصال أحد مظاهر السلوك الاجتماعي، حيث يتطلب وجود أكثر من شخص لكي يكون هناك اتصال، فلابد من وجود شخص يرسل المعلومات و آخر يستقبلها.
- يتطلب الاتصال توفر العديد من المهارات كالقدرة على الاستماع و الانصات و الكتابة أو التعبير، الكلام، القراء
- يهدف الاتصال إلى تحقيق التكامل و التفاهم بين المتصلين، وهي من بين المهام ذات الاعتبار في المجتمعات الحديثة[1].

1 عد إلى: ناصر دادي عدون، **الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية (دراسة نظرية و تطبيقية)** ، الجزائر، 2004، ص ص 13-15.
2- خيري خليل الجميلي: **الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث**، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2001، ص ص 11-12.
3- عبد السلام أبو قحف: **أساسيات التنظيم و الادارة**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2003، ص 404.

3- أنواع الاتصال:

هناك تقسيم يعتمد على العنصر البشري المشارك في العملية الاتصالية و هذا التقسيم هو السائد عند دراسة عناصر العملية الاتصالية خاصة فيما يتعلق بعنصر الجمهور:

3-1: الاتصال الذاتي : Intra-Personal

هو الذي يحدث داخل الفرد، وهو العملية التي تحدث بين الفرد و نفسه، و يرتبط بالسمات الشخصية و النفسية للفرد مثل الادراك و البناء المعرفي و التعليم و غيرها، و يحدث داخل عقل الفرد و يتضمن أفكاره و تجاربه، و تؤثر خبرات الفرد و بشكل واضح في هذا الاتصال، و يتحول الفرد في هذا النوع من الاتصال تلقائيا إلى مصدر ومتلقي في آن واحد.

يعتبر الاتصال الذاتي هاما للفرد و للمجتمع فتواصل الفرد مع ذاته يمكن من التواصل مع الآخرين من خلال اتخاذ القرارات السليمة، و الاتصال الذاتي الصحيح دليل على التوافق النفسي للفرد[1].

3-2: الاتصال الشخصي:

الاتصال الشخصي يحدث حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر، فأنت حينما تتحدث إلى صديق تعتبر نظام ذاتي و يعتبر صديقك أيضا نظاما ذاتيا، و لكن النظامين يتفاعلان ليكونا نظام الاتصال الشخصي، و كل نظام ذاتي يتأثر عندما يتفاعل مع نظام الآخر.

3-3: الاتصال الجماعي Group communication:

هو ذلك النوع من الاتصال الذي يقوم فيه المرسل بواجهة أكثر من شخص، قد يكون شخصان أو ثلاثة أو مجموعة من الجماهير ومثاله الخطب و الندوات و المحاضرات[2].

[1] جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 120.
[2] محمود حسن اسماعيل: **مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير**، **مرجع سابق**، ص 77.

3-4: الاتصال الجماهيري :

يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات والأفكار و الاتجاهات إلى عدد كبثير نسبيا من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري، و هذا النوع من الاتصال يتم بطريقة غير مباشرة غالبا ما يكون في اتجاه واحد[1].

يتميز باستخدام وسائل تكنولوجية معقدة كالطباعة والإذاعة والتلفزيون و السينما والانترنت، كما أن جمهوره يمتاز بعدم التجانس والانتشار.

المطلب الثاني: الاتصال السياسي

1/ نشأة الاتصال السياسي

إن البحث عن جذور الاتصال يدعونا إلى تتبع العلاقة بين علم الاتصال و علم السياسة، و نعتبر هذه الجهود عند الفلاسفة الإغريق و في كتابات الفكر السياسي القديم التي اتسمت بإعطاء قدر كبير من الاهتمام بالنظام السياسي و إهمال عملية الاتصال بين أفراد المجتمع، لكن هذا لا يعني أن الفلاسفة الإغريق لم يهتموا بموضوع الاتصال و علاقته بالسياسة، فنجد بهذا الصدد كتاب ارسطو " السياسة و الخطابة " بين أفراد المجتمع حيث نظر أرسطو للإنسان باعتباره كائن سياسي والدولة في نظره ماهي إلا شركة بين قوم يعيشون وفق قانون التكامل لكن نجد أن الاهتمام الواضح بموضوع الاتصال السياسي لم يكن بارزا في هذه المرحلة[2].

يعتقد الكثير أن الاهتمام بعلم الاتصال السياسي كعامل متغير في البحوث السلوكية التي ظهرت في عقد الخمسينيات الميلادية، قد كانت أولى محاولات التنظيم لما يسمى بالاتصال السياسي عام 1956 كأحد عناصر البحث في موضوع العلاقة بين القيادة السياسية، و الجماعات الناشطة في المجتمع، وذلك بدراسة المحاولات التي

[1] مُحَّد السيد فهمي: **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار الطباعة الحرة، الاسكندرية، 2002، ص 36.

2 سعد بن سعود بن مُحَّد بن عبد العزيز آل سعود: **الاتصال السياسي في وسائل الاعلام العالمية و تأثيره في المجتمع السعودي**، رسالة دكتوراه، السعودية، 2006، ص 69

تقوم بها القيادات للتأثير على سلوك الناخبين، إلا أن اول من أعطى دفعة قوية لها هو العالم جون ميلتون John Milton صاحب النظرية الليبرالية و كان ذلك في القرن السادس عشر ميلادي، من خلال تأكيده على الحرية في التعبير و التواصل و المشاركة للسياسية[1].

2/ وظائف الاتصال السياسي

إن للاتصال السياسي عدة وظائف نذكر أهمها على الشكل الآتي:

- الاعلام: و هو جمع و تخزين و معالجة و نشر المعلومات، الصور أو الرسائل والآراء و التصرف تجاهها بهدف الوصول و التمكن من اتخاذ قرارات سليمة.
- التنشئة الاجتماعية: و هي توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الناس من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع.
- خلق روح النقاش و الحوار: توفير الحقائق اللازمة و تبادلها لتوضيح مختلف الوجهات لنقل العلاقة بين المجتمعات.

يعد هارولد لازويل Harold Lazewel من الأوائل الذين اهتموا بتحديد الوظائف التي يقوم بها الاتصال في المجتمع بصفة عامة، و قد حددها بثلاث وظائف أساسية تتمثل في[2]:

- وظيفة المراقبة: توفر هذه الوظيفة المراقبة اللازمة لاتخاذ القرارات و خاصة منها القرارات السياسية، و تمكن من تجميع المعلومات المتعلقة بالبيئة الداخلية و الخارجية حيث يقوم الاتصال بدور سياسي في المجتمع من خلال وضع الكثير من البرامج السياسية و تحديد المطالب السياسية في المجتمع.
- الترابط: يرى لازويل أن وظيفة الاتصال تكمن في تحقيق الترابط في المجتمع و تمكين الأفراد من تفسير ما يجري من أحداث و توجيه سلوكه، فللاتصال دور مهم في توجيه الرأي العام.

[1] سعود آل سعود: **الاتصال و الإعلام السياسي**، الرياض، دار الكتاب الحديث، 2010، ص 39

[2] محمد عبد الغني: حسن هلال، **مهارة التوعية و الاقناع**، مركز التوجيه و التنمية، مصر، 1998، ص 12.

- نقل الميراث الاجتماعي: أشار كذلك لازويل في هذا الصدد أن الاتصال يحافظ على المرجعية العامة للمجتمع، و يعمل على نقل القيم الاجتماعية من جيل لآخر، و يعمل على توحيد المجتمع[1].

المطلب الثالث: مفهوم الأحزاب السياسية

يشكل المفهوم الاصطلاحي للحزب اختلاف الباحثين في هذا المجال، إذ رغم اتفاقهم على عناصر معينة إلا أنهم لم يتفقوا على تعريف واحد، و هذا يدفعنا إلى طرح مختلف التعاريف المعبرة في الواقع عن اتجاهات سياسية أو علمية تقف على جانب من الجوانب المحيطة بالحزب السياسي.

1/ الحزب السياسي كعامل لمشروع أو فكرة:

يركز على الجانب الإيديولوجي للحزب ويعرف إيدموند بورك Edmund Burk الحزب من هذا المنطلق "هيئة من أفراد محددين يسعون من خلال جهودهم المشتركة إلى العمل على ما فيه المصلحة القومية وفقا لمبدأ معين يتفقون عليه جميعا "[2]. فالملاحظ في هذا التعريف أنه يركز على الجانب الإيديولوجي الذي يقوم عليه الحزب لأن وجود الحزب واستمراره مقرون بإيمانه بالمبادئ التي يبنى عليها والتي يسعى إلى تحقيقها داخل الحقل السياسي.

2/ الحزب على أساس تنظيمي:

يرتكز هذا الاتجاه على التنظيم ليحدد مفهوم الحزب وإبراز من قدم تعريف في هذا المجال هو "ديفرجي" الذي يقول عن الحزب السياسي بأنه "ليس مجموعة فحسب وإنما عدد من المجموعات، أي تجمع مجموعات صغيرة على مستوى البلد 'فروع-لجان' ومرتبط بمؤسسة تنسيقية"[3].

---

[1] سعد آل سعود: **مرجع سابق**، ص 57.

[2] إبراهيم مصطفى: و آخرون، **المعجم الوسيط**، ط 2، تركيا، دار الدعوة، 1989، ص 170.

[3] توازي خالد: **الظاهرة الحزبية في الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، قسم العلوم السياسية، 2006، ص 42.

3/ تعريف الحزب على أساس الوظائف التي يقوم بها:

يقدم دافيد بيتر David Peter تعريفا يقول فيه:" أهم وظيفة للحزب هي قيامه بتنظيم وتوجيه الرأي العام، وتسلم احتياجات الناس، ونقلها أي الاحتياجات إلى الأجهزة المسؤولة، وبهذا الشكل يحدث قارب بين الحاكم و المحكوم"[1].

4/ مفهوم الحزب السياسي في الفكر السياسي اللبرالي:

اختلفت التعاريف التي تناولت مفهوم الحزب اللبرالي من التركيز على الجانب التنظيمي أو الإيديولوجي أو كليهما.

يعتبر موريس دوفرجيه Maurice Duverjer أن الحزب السياسي هو" تنظيم في المقام الأول، ليس جماعة بل مجموعة من الجماعات و اتحاد لمجموعات صغيرة موزعة عبر الدولة، فروع، لجان، جمعيات محلية مرتبطة من خلال قوانين منظمة "[2].

5/ مفهوم الحزب السياسي في الفكر السياسي الماركسي :

يرتبط تعريف الحزب السياسي في الفكر السياسي الماركسي بالإطار الشامل للإيديولوجية الماركسية: والتعبير عن مصالح طبقة اجتماعية معينة، وأحد عناصر الصراع السياسي في المجتمع من أجل الاستحواذ على السلطة، إذ يقوم الحزب بدور طبيعي يعكس بشكل أساسي خدمة الأهداف الاشتراكية التي يقررها الحزب فتتمثل لإرادته على اعتبارها ضمان للوحدة الاشتراكية والسياسية الصلبة لكل مجتمع، والتطور الهادف المتكافئ لكل عناصر البناء الاشتراكية، ويعرف الحزب السياسي في الفكر الماركسي على أنه" تنظيم يوحد الممثلين الأكثر نشاطا بطبقة معينة، يعبر عن مصالحها ويقودها في الصراع الطبقي"[3].

---

[1] نبيلة عبد الحليم. كامل: **الأحزاب السياسية في العالم المعاصر**، مصر، دار الفكر العربي، 1982، ص 78.

[2] Jean-Marie Denquin: **Introduction a la Science Politique**, hachette livre, Paris, 1992, p 90

[3] ناجي عبد النور: **النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية الحزبية**، مديرية النشر بجامعة قالمة، قالمة، الجزائر ، 2006، ص 46.

6/ مفهوم الحزب السياسي في الفكر السياسي العربي:

تقترب تعاريف الأحزاب السياسية في الفكر العربي من الفكر اللبرالي و الاشتراكي من بين أبرز التعاريف نجد تعريف سليمان الطماوي :" جماعة متحدة من الأفراد تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للفوز بالحكم لتنفيذ برنامج سياسي معين"[1].

7/ مفهوم الحزب السياسي في الدستور الجزائري :

يعرف الحزب السياسي في الدستور الجزائري بالتركيز على أهداف الحزب، حيث جاء في الأمر المؤرخ رقم 79-09 الذي يتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية في المادة الثانية من قانون الأحزاب السياسية " يهدف الحزب السياسي إلى المشاركة في الحياة السياسية بوسائل ديمقراطية وسليمة من خلال جمع مواطنين جزائريين حول برنامج سياسي، دون ابتغاء هدف يدر الربح [2] .

المبحث الثاني: الاتصال السياسي

المطلب الأول: نماذج الاتصال السياسي

كون مجال الاتصال السياسي يطرح مواضيع متعددة للبحث، فإنه محل أساليب عديدة للتحليل والتفسير والمعالجة، وهو أيضا ليس مقصورا على الباحثين و المختصين، بل بشكل أيضا من بين المحاور الاساسية المطروحة للنقاشات المثارة من طرف رجال السياسة، الصحفيين و المختصين في مجال الاتصال.

فالموضوع المتعلق بالاتصال السياسي ليس حكرا على علماء السياسة و علماء الاجتماع، بل أن كل طرف من الاطراف الفاعلين السياسيين المعنيين بالأمور السياسية يحاول منح و فرض مفهوم خاص بالاتصال السياسي الذي يكون موافقا لأفكاره و مصالحه، و هذا التضارب في المفاهيم المتناقضة حول موضوع الاتصال

[1] سليم الزغبي: **الأحزاب السياسية والبرلمان في التجربة الأردنية**، مركز الأردن الجديد للدراسات، الأردن، 1995، ص 82.
[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية: عدد 12، مارس 1997، ص 03.

السياسي تفسر أهمية النقاشات و الحوارات التي تدور بين رجال السياسية و الصحفيين و المستشارين السياسيين حول موضوع جد مهم جدير بالطرح على مستوى النقاش العمومي.

قام الباحثون باستغلال مختلف نظريات الاتصال السياسي و توظيفها في إطار النماذج التي تناولوها بالدراسة و التي قدروها بثلاثة نماذج و هي على النحو التالي: النموذج النسقي، النموذج الوظيفي، النموذج السلوكي.

1/ النموذج النسقي:

نشير هنا في البداية إلى أن أصحاب التحليل النسقي و في مقدمته دافيد وايستن في تحليلها لعالم السياسة الوطني يرتكزون إلى مفهوم النسق System و الاتزان Equilibrium، و هما مفهومان منقولان في علم الفيزياء، ونقلا إلى مجال العلوم الاجتماعية، حيث استخدم في القرن التاسع عشر في التحليل الاجتماعي و الاقتصادي، ثم متأخرا في التحليل في التحليل السياسي منذ أوائل القرن العشرين فصاعدا[1].

فإن عالم السياسة لدى أصحاب التحليل النسقي لا فراغ فيه، فطالما أن صلبه القوة فلا يتصور غيبة تلك القوة في أي مجال من مجالاته، "فالجهاز السياسي" قوة و هو أداة في المجتمع إلى تحقيق تكامله و انسجامه، أي تحقيق الانسجام بين قوى المجتمع السياسي المختلفة، و ذلك بعامل احتكار لأدوات العنف في المجتمع و تجريد ما عداه من القوى الأخرى من هذه الأدوات[2].

إن النموذج النسقي يحلل الاتصال بوضعه في مجموع الأنساق التي يتفاعل معها النظام السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي و المكونة للمجتمع، هذا النموذج يعرف الاتصال السياسي كعملية تبادل

[1] مُحَّد طه بدوي: **النظرية السياسية**، النظرية العامة للمعرفة السياسية، المكتب المصري الحديث، 1986، ص 334.
[2] عادل فتحي ثابت: **النظرية السياسية المعاصرة**، الدار الجامعية، القاهرة، 2007، ص 208.

المعلومات بين مختلف الأطراف المشكلة للنظام السياسي كبنية مستقلة نسبيان هذا من جهة، و بين النظام السياسي كله و ما يحيط به من جهة أخرى[1].

2/ النموذج الوظيفي:

ينطلق التحليل الوظيفي في عالم السياسة من أنه بنية كلية تقوم على بنيتين: الجهاز السياسي من ناحية وبيئته من ناحية أخرى، و على أساس أن الجهاز السياسي يقوم على ممارسة وظائف سياسية لكي يبلغ بها غاية المجتمع وهدفه، و لكي يصبح التحليل تجريبيا فإن أصحاب التحليل الوظيفي و في مقدمتهم، ألموند وبويل و كولمن يركزون على تحليل قدرات الجهاز السياسي كمعيار لتقدر مستوى أداء الجهاز تقديرا كميا و مدى استجابته لضغوط و مطالب بيئته بما يمكنه من ذلك من إجراء دراسات مقارنة بين أنساق سياسية مختلفة لمجتمعات متباينة[2].

كما أكد ألموند على أن الجهاز السياسي هو أداة المجتمع لتحقيق أهدافه من ناحية، و أداة تحقق استمراره من ناحية أخرى، و ذلك بما يتهيأ له من استخدام أدوات الإكراه المادي المشروعة[3]، و لتوضيح ذلك فإن ألموند يميز بين نوعين من الوظائف التي يقوم عليها الجهاز السياسي بـ:

أ) الوظيفة الخاصة بعملية المداخلات و هي أربع وظائف:

- قيام الجهاز السياسي بالتنشئة السياسية و التثقيف السياسي.
- قيام الجهاز السياسي بتجميع مصالح و مطالب و احتياجات المواطنين بصورة جماعية.
- فتح المجال للمواطنين للتعبير عن مصالحهم و مطالبهم.
- تحقيق الاتصال بين الجهاز السياسي و المواطنين.

[1] نبيلة بوخيزة: **الاتصال السياسي، نماذج الاتصال السياسي**، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة الجزائر، العدد 15، 2014، ص 79.
[2] عادل فتحي ثابت: الرجع السابق ص 186.
[3] اسماعيل صبري: **العلاقات السياسية الدولية**، جامعة الكويت، 1979، ص 27.

ب) الوظيفة الخاصة بعملية المخرجات و هي ثلاث وظائف :

- عملية وضع القوانين و التشريعات.
- عملية تنفيذ القوانين و التشريعات.
- عملية القضاء، التأكيد و التنفيذ.

مما سبق كله فإن الوظائف الخاصة بعملية المدخلات يقوم الجهاز السياسي بها من ثنايا تجميعها من البيئة الاجتماعية المحيطة به، أما الوظائف الخاصة بعملية المخرجات فهي تصدر من داخل الجهاز السياسي.

3/ النموذج السلوكي:

يقول Gazenave أن لهذا النموذج علاقة مباشرة بنظرية "الإبرة تحت الجلدية" الذي يعود الفضل في وضع أسسها إلى Harold Lasswell كما لها ارتباط وثيق بأعمال Lazarzsfeld في الثلاثينيات والاربعينيات، إذ كان ينظر وقتئذ إلى المجتمع كمجتمع جماهيره يتكون من أفراد سلبيين، منعزلين، و يتقبلون دون مقاومة كل ما تبثه وسائل الإعلام من آراء و مواقف و نماذج سلوكية[1].

إذ ينظر هذا النموذج إلى الاتصال السياسي كعملية خطية لانتقال المعلومات و هو يصب كل اهتمامه إلى العنصر الأخير من سؤال Lasswell و هو عنصر التأثير الذي استقطب اهتمام معظم الدراسات الاعلامية لما بعد الحرب الثانية، و في مقدمة التأثيرات التي ستجلب اهتمام الباحثين الفتي انصبت أساسا على موضوع الدعاية الحزبية، و فيما بعد انتقل اهتمام الباحثين إلى ما يسمى بتأثير الحملات الانتخابية بفضل الأعمال التي قام بها Lasswell آنذاك[2].

[1] نبيلة بوخبزة، **مرجع السابق**، ص 80.
[2] **نفس المرجع**، ص 80.

يرى أصحاب الاتجاه السلوكي عند تحليلهم للنشاطات السياسية يلتقون على كون الفرد و الجماعة يمثلان معا وحدة التحليل فنشاطات الفرد و الجماعة إذا هي وحدة التحليل السلوكي، بافتراض أن جوهر السياسة في الانسان و السلوكي هو جوهر النشاطات السياسية ليس بعيدا عن الجماعة كوحدة للتحليل[1].

تؤكد هذه النظرية علة أهمية الجماعات الأولية في تكوين الآراء السياسية للأفراد و انتقاء المعلومات التي تؤثر عليهم في وسائل الاعلام، و هذا ما جسدته نظرية التدفق على مرحلتين Lazersfeld ودور قادة الرأي في الوساطة بين وسائل الإعلام و الجمهور.

المطلب الثاني: وسائل الاتصال السياسي

إن المتتبع لمسار الاتصال السياسي يجد أنه عملية حيوية تستمر مع وجود الحزب، كما أنه عملية تسويقية لأفكار الحزب ومناهجه، تتضمن مختلف عمليات التسويق والإعلان السياسي.

1/ التسويق السياسي:

لقد تم الكلام مرار بأن تطبيق أدوات التسويق في السياسة أمر جديد، وليس هذا ما يهمنا، ولكن ما هو مهم ومؤكد ليس فقط التغيير الحاصل في جاذبية وقطبية إدارة التسويق السياسي، بل الاعتقاد بأن اللاعبين السياسيين وهذا لا يتضمن فقط الأحزاب أو المنظمات السياسية و لكن أيضا الحكومات، الجماعات المهتمة بقضية معينة مفردة Single issue منظمات الضغط اللوبيات، وفقا لشاما "Shama 1976 " فإن تعريف التسويق السياسي لديه يكونه: عملية يوجه من خلالها المرشحون السياسيون الأفكار نحو الناخبين من أجل إرضاء حاجاتهم السياسية و بهذا يحصلون على التأييد للمرشح السياسي أو الأفكار محل البحث[2] .

أما لوك وهاريس"Lock & Harris,1996" فيقدمان تعريفا أكثر شمولا للتسويق السياسي يتضمن إطار نظرية التبادل Exchange Theory ، وبهذا فإن التسويق السياسي كمجال Discipline هو

[1] عادل فتحي ثابت، **مرجع السابق**، ص 119.

[2] عبدالكريم فهد الساري- سؤدد فؤاد الألوسي، **الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013، ص 35.

دراسة عملية التبادل بين الكيانات السياسية ومحيطها وضمنها هي نفسها، مع إشارة خاصة إلى وضعية هذه الكيانات واتصالاتها، وكنشاط Activity فإنه يتعلق باستراتيجية بناء المكانة والاتصالات والمبادئ التي يمكن إدراك هذه الاستراتيجيات من خلالها و بضمنها البحث عن المعلومات القيمة في مواقف ووعي وردة فعل الجماهير المستهدفة[1]. ولقد قسم عالم السياسة الشهير ألموند وظائف النظام السياسي إلى وظائف المدخلات ووظائف المخرجات، و تتمثل وظائف الخرجات وهي ما يهمنا في:

1- التنشئة السياسية.

2- التجنيد أو التحشيد السياسي.

3- الاتصال السياسي.

4- المعرفة السياسية .

حيث تناول التنشئة السياسية: التعليم السياسي، ويتناول التجنيد اختيار وتدريب القيادات السياسية، ويشمل الاتصال السياسي نقل الرسائل دخال النظام أو بين المحيط. أما المخرجات فتتمثل في التقييد و التشريع و القضاء[2].

من وجهة نظر ماريك"Marrek" فإن التسويق السياسي أصبح مكونا مندمجا وحيويا في الاتصال السياسي، وبكلماته هو:" فإن الاتصال السياسي يشمل كامل عملية التسويق من الدراسة الأولية للسوق وإلى اختبار السوق و من ثم العمل على استهدافه"[3].

[1] **نفس المرجع**، ص 35.

[2] سؤدد فؤاد الألوسي، وسائل الإعلام والصراعات السياسية، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2012، ص 18.

[3] **نفس المرجع**، ص 19.

2/ الإعلان السياسي :

يعد الإعلان السياسي من أكثر أنواع الاتصال السياسي تأثيرا على الرأي العام، كما أنه متغير رئيسي لا يمكن إغفاله خاصة في فترة الانتخابات والمناسبات السياسية التي تشهد التنافس بين المرشحين الذين يمثلون تيارات واتجاهات متباينة، بحيث يتم خلال هذه الحملات الإشهارية عرض الإيديولوجيا السياسية الكاملة للمرشح عبر منهج اتصالي مقنع ومؤثر يتميز ببساطة التعبير .

يعرف الإعلان السياسي بأنه"العملية الاتصالية التي يدفع فيها المصدر ثمنا مقابل ما يتاح له من فرصة في وسيلة إعلامية، يعرض فيها على الجماهير رسائل سياسية ذات هدف محدد ومقصود، من أجل التأثير على مواقفهم، أفكارهم و سلوكاتهم"[1]. والإعلان السياسي لا يعمل بعيدا عن عدد من الأطر التي يخضع لها وهي:

أ- الجمهور المستهدف بالإعلان السياسي: يستهدف الإعلان بشكل عام كل الجماهير التي تتواجد في نطاقه الإعلامي، هذه الجماهير تكون: الأحزاب السياسية. جماعات الضغط (كالنقابات واتحادات العمال).

ب- مضمون الإعلان السياسي: بصفة عامة يتم البحث عن الحجج التي تهدف إلى كسب موافقة الناخبين واختيار هذه الحجج يتم أيضا في ضوء عدة معايير بعضها موضوعي أما الآخر فهو شخصي، كما يتحدد محور بناء مضمون الإعلان السياسي طبقا لكل من:

- الإيديولوجيا السياسية والتي يجب عرضها أولا .
- منهجية الاتصال و التي يجب أن تتصف بالبساطة[2].

[1] ليلى فيلالي، **تكوين وتوجيه الرأي العام في الحملات الانتخابية**، دورة المعيار لجامعة الأمير عبدالقادر، العدد12، قسنطينة 2005، ص 412.
2 فضلون آمال ، **مرجع السابق**،ص-ص 121-122.

المطلب الثالث: واقع الاتصال السياسي في الجزائر

يجب أن نشير في البداية إلى أن الاتصال السياسي كمفهوم يلتقي في علاقة ثلاثية ما بين السياسيين من لهم حق الشرعية في التعبير بالإضافة إلى الإعلاميين و الرأي العام أي التفاعل بين هاته الأطراف هو ما يخلق ما يعرف بالاتصال السياسي.

من الإلزام الاعتراف أولا أن التجربة السياسية في الجزائر هي تجربة لا تزال فتية، في ظل السياسيات المغلقة و إن صح التعبير لم تذق بعد الانفتاح على كافة الأصعدة و خاصة على الصعيد السياسي، و ذلك راجع على الأغلب إلى ضعف المشاركة السياسية و عدم الاهتمام و طبيعة النظام السلطوي المستبد و المنغلق و إن شهدت بعض المراحل الأساسية و التي سنتطرق إليها بداية:

المرحلة الأولى (1965-1989):

تعتبر هذه الفترة بناء دولة شعبوية و نظامية و انضباطية، تزعمها مجلس الثورة بقيادة الرئيس الراحل" مُحَّد ابراهيم بوخروبة"، الذي احتكر جميع السلطات بعد عزله لـ "احمد بن بلة" على إثر الانقلاب العسكري يوم 19 جوان 1965 أو كما يعرف بـ (التصحيح الثوري)، وظلت هذه الأوضاع حتى بروز الميثاق الوطني في 1976بإيديولوجيا أرجعت معنى الاتصال الهابط إلى عهده السابق.

من المهم بمكان الاشارة هنا إلى أن وضعية الاصال هذه قد طغت على المجتمع الجزائري تقريبا طوال مرحلة ما قبل التعددية، باستثناء بعض الفترات الظرفية مثل تلك الفترة التي تزامنت مع مناقشة الميثاق الوطني في 1976، حيث بلغ الاتصال اسمى قيمة لم تعرف لها حدود، كما فتحت وسائل الاعلام مصراعيها للمواطنين من مختلق الفئات و الشرائح وسط تجنيد رسمي و شعبي لم يسبق له مثيل، لجمع أكبر قدر ممكن من الآراء والاقتراحات والمعلومات والمناقشات، سواء كانت مساندة أو معارضة، ذلك أن الأمر كان يتعلق بوضع أرضية وخلق إرادة

شعبية و مصدر أساسي لسيادة الأمة، و باستثناء هذه الفترة فإن الاتصال لم يتعدى دور المنبر الرسمي من فوق إلى تحت[1].

ما يميز هذه الفترة هو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني في جانفي 1979، و قد تم خلال هذا المؤتمر اقتراح "شادلي بن جديد" لممارسة مهام الأمين العام للحزب، ثم رشح بعد ذلك لرئاسة الجمهورية و انتخب رئيسا لها في فيفري 1979، عقب وفاة الرئيس "بومدين".

لقد شهدت هاته الفترة تحولات هامة خاصة في المجال الاعلامي، حيث صدرت "لائحة الاعلام للمؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني"، التي أكدت على الملكية الجماعية لوسائل الاعلام، كما صدر "قانون الاعلام" في 1982 الذي جعل من الاعلام وسيلة تعبئة يكون هدفها تجنيد وتنظيم كل القطاعات من أجل تحقيق الأهداف الوطنية وفي المقابل لم يعطي هذا القانون ضمانات أكيدة لحرية الاعلام بل أخضع القطاع إلى توجيهات الحزب الواحـــد والنظام الاشتراكي الذي ظل يحتكر وسائل الاعلام المرئية والمكتوبة[2].

بعد هذا الطرح للفترات التي مر بها النظام الجزائري قبل أحداث اكتوبر 1988، يمكننا وصف عملية الاتصال السياسي آنذاك بأنها كانت تتوجه أساسا في حلقة ضيقة، فمخرجات النظام السياسي نابعة من مطالب تم فصلها على مستوى جماعات مهيكلة مسبقا في إطار المنظور الشامل للدولة، و ليست نابعة من المطالب التي تتقدم بها الجماعات الاجتماعية المختلفة.

المرحلة الثانية (مرحلة التعددية الاعلامية الحزبية 1989):

فإن الحدث البارز هو التعددية السياسية و الاعلامية التي عرفتها الجزائر منذ بداية التسعينات، و الذي أفرز ظهور العديد من التيارات السياسية و معها وسائل إعلام حزبية و خاصة، و كانت الوضعية في هذه المرحلة

[1] فريد شيبوط، الإتصال الجواري: **أداة حديثة للتنمية – مقاربة نقدية لواقع الإتصال في الجزائر**، مذكرة ماجستير لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001، ص85.

1 صالح بن بوزة: **السياسة الاعلامية الجزائرية: منطلقات النظرية و الممارسات (1979–1990)**، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد14، الجزائر، 1990، ص 19.

جد متناقضة، فبع 23 فبراير 1989 ظهرت على الساحة الكثير من العناوين المتعددة المشارب، حزبية، مستقلة، فنية، ساخرة، و كانت أغلبيتها ناطقة باللغة الفرنسية[1].

كما سمح قانون الاعلام المؤرخ في 3 أفريل 1990 بالتنفيس عن الكبت الذي عان منه الخواص منذ الاستقلال و قبله حيث ظهرت العديد من الجرائد، النشريات و الدوريات، و يبرز الترتيب الشعبي الذي ظهر في الانتخابات البلدية و التشريعية تناقضا صارخا في هذا المجال، و يمكن القول أن الاتصال السياسي في هذه الفترة و خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة لا يرقى إلى المستوى المطلوب كونه يكتفي بنقل المعلومة و تقنية ما يجب أن ينشر و ذلك وفق معايير غير مهنية، علاوة على ذلك عدم تلبية أهم الأدوار المنوطة به و هو نقد و مراقبة السلطة.

لا يمكن أن ننفي دور الاتصال السياسي في هذه الفترة و خاصة في ظل القوانين التي جاء بها دستور 1989 في ظل التعددية الحزبية و الاعلامية و دوره الاساسي الذي يتوقف عليه نجاح أي نظام سياسي كان أو أي انتخابات كانت، و هنا توجد أمثلة عديدة نخص بالذكر الانتخابات الرئاسية 2014 التي شهدت عدة مستجدات لا سيما على الصعيد السياسي و الاعلامي في ظل الثورة الاتصالية الالكترونية التي يشهدها العالم اليوم.

"إن المشاريع السياسية للأحزاب السياسية الجزائرية هي مجرد حبر على ورق و هي مبنية على قاعدة أو عقيدة دينية لا يمكن الفصل فيها و قائمة على مهرجانات و ملتقيات، و تستغل هذه الأحزاب وسائل الاعلام والندوات والجرائد لتمرير مشاريعها و يكون تأثير الرسالة الاتصالية قائما على المصلحة و مجموعة من النافع بين القاعدة والقيادة، كما نعتبر أيضا الاتصال السياسي للأحزاب السياسية في الجزائر جزئيا و بعبارة أخرى هو حلم نرجوا أن يتجسد ليمد بثماره و يقوم الحزب من خلاله بأداء عمله على أكمل وجه"[2].

[1] فضيل دليو و آخرون، **الاتصال السياسي في الجزائر**، مخبر علم الاجتماع و التنمية، قسنطينة 2010، ص 26.

1 مقابلة مع رئيس قسم العلوم السياسية الدكتور حسام الدين بوعيسى، بمكتبه، جامعة محمد بوضياف المسيلة، يوم 2016/2/8 على الساعة 15:00، أستاذ محاضر بجامعة المسيلة في القانون الدولي.

المبحث الثالث: الأحزاب السياسية

المطلب الأول: نشأة الاحزاب السياسية وتصنيفها

إن الأحزاب السياسية إما أن تنشأ في إطار النظام البرلماني أو نيابي تأسيسيا على الأنظمة البرلمانية قد لعبت دورا ملحوظا في نشأة هذه الأحزاب و تنميتها إلى حد جعلها من أسس و مبادئ الديمقراطية المعاصرة، وكما سبق القول بأن الأمر لا يقتصر على النشأة البرلمانية أو النيابية للأحزاب السياسية، بل يتعدى ذلك إلى إمكانية التكوين و تأسيس هذه الأحزاب بعبدا عن الإطار البرلماني.

1/ نشأة الأحزاب السياسية داخل النظم البرلمانية:

إن المتتبع لخطى سير نشأة الأحزاب السياسية بالمعنى الذي نعرفه اليوم يجدها من ابتداع المجالس النيابية، حيث كان الأعضاء يتوافقون فيما بينهم و يتفقون عل تكوين كتل و تجمعات برلمانية من ناحية و توسيع قاعدتها الانتخابية من ناحية أخرى تحت اسم اللجان الانتخابية وصولا إلى الاستحواذ على مقاعد البرلمان أو البقاء فيه، فالمتتبع لكيفية نشأة الأحزاب السياسية في أوروبا و على وجه أخص في إنجلترا يجد أنها قد ظهرت في البداية في صورة لجنة برلمانية كانت بمثابة حجر الأساس لإمكان تأسيس أحزاب سياسية عليها و إن كانت لم تصل إلى درجة الدقة و الوضوح إلى الحد الذي تبدو عليه الأحزاب السياسية في صورتها المعاصرة –أو على حد قول رأي فقهي– إلى ما وصلت إليه الأحزاب الأمريكية اليوم[1]، فالأحزاب السياسية في أوروبا كان يختلف محتواها عن ماهي عليه اليوم، فلقد قامت الأحزاب السياسية في بداية عهدها في بريطانيا على أساس آخر محركا غير ذلك الأساس والمحرك لها الذي قامت عليه في الآونة الحاضرة. فلم تكن الرؤى السياسية الصحيحة قد اكتملت لديهما و لم تكن البرامج السياسية هي المحرك الذاتي و الدافع في تكوين هذه الكتل أو اللجان البرلمانية بل كانت الدوافع الإقليمية المحلية و المصالح المهنية هما اللتان تدفعان إلى تكوين مثل هذه اللجان وصولا إلى البرلمان تحقيقا لمصالح هذه الأقاليم، فقد

[1] عبد القادر حاتم، الطريق إلى الديمقراطية المعاصرة، دار القاهرة للطباعة، ص 23.

كانت الأحزاب في فترة قديمة من الزمن تمثل مصالح إقليمية متصارعة أكثر من كونها معبرة عن مصالح كافة الأفراد الكائنين على إقليم الدولة ككل[1].

إن الاقتراب بين المجموعات البرلمانية واللجان الانتخابية والتنسيق الناجم عن ذلك كان اللبنة الأولى لظهور الأحزاب السياسية الحديثة وبهذا تكون الأحزاب نتيجة لتطور النظام الانتخابي وناتجا لتفاعل المجموعات داخل البرلمانات الاوروبية، الأمر الذي أفرز تعددية حزبية عاكسة للمجتمع، و هذا ما يسمى بالأصل البرلماني و الانتخابي للأحزاب الذي يعتبر الشكل الأول لظهور الأحزاب .

2/ نشأة الأحزاب خارج النظم البرلمانية:

يطلق اسم أحزاب ذات الأصل غير الانتخابي البرلماني "خارجية النشأة"، نظرا لكون الحزب أغلب هيئاته تكونت بمعرفة هيئة قائمة تمارس نشاطها بعيدا عن الانتخابات و البرلمان، ففي هذه الحالة يكون العنصر الخارجي واضحا للعيان[2]. و قد لاحظ "موريس دوفرجي" من خلال دراسته للأحزاب ذات الأصل البرلماني الانتخابي وجود عوامل خارجية تساهم في نشأة الأحزاب السياسية مؤكدا في نفس الوقت أننا نكون أمام أحزاب ذات أصل خارجي عندما يتم إنشاء الحزب بصورة أساسية بفضل مؤسسة ذات نشاط مستقل عن البرلمان بحيث يكون العنصر الخارجي واضحا للجميع[3]. و من بين التنظيمات التي لعبت دورا كبيرا في نشأة الأحزاب يبرز دور النقابات التي تنتج عنها العديد من الأحزاب الاشتراكية و التي كانت بمثابة الهيئة الممثلة للنقابة في مجال النشاطات البرلمانية والانتخابات، و يشبه التأثير تمارسه النقابات في خلق الأحزاب السياسية، دور التعاونيات الزراعية، و التكتلات المهنية و الفلاحية و يتجلى ذلك بوضوح في البلدان الاسكندنافية و أستراليا و بعض بلدان أوروبا الوسطى كما تدخل في هذا الإطار أيضا الجمعيات الفكرية و الثقافية التي ساهمت بقدر كبير في نشأة بعض

[1] بلال أمين زين الدين، **الأحزاب السياسية من منظور الديمقراطية المعاصرة**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ص 58.

[2] نبيلة عبد الحليم كامل، **الأحزاب السياسية في العالم المعاصر**، دار الصنعا، القاهرة، سنة 1977، ص21.

[3] Jean Charlotte: **les parties politiques**, 2eme édition, Armond Colin, Paris, 1971, p31.

الأحزاب السياسية، وأكبر مثال على ذلك حزب العمال البريطاني الذي ظهر تحت دافع الجمعية الفكرية الفابيانية "Fabian society" كما تجدر الإشارة إلى دور بعض التنظيمات الدينية، و الطلابية و قدماء المحاربين في ظهور أحزاب سياسية ذات أصل خارجي[1].

توضح الدراسات أن أغلب الأحزاب التي ظهرت قبل 1900 كانت ذات أصل أو منشأ برلماني انتخابي في حين أن غالبية الأحزاب التي ظهرت بعد ذلك ذات أصل خارجي، و ما يميز هذا الشكل من الأحزاب أنها أكثر مركزية و انضباطا من الأحزاب ذات المنشأ البرلماني الانتخابي.

تجدر الإشارة إلى أن الأحزاب السياسية في وقتنا الحاضر أصبحت إحدى العوامل المحركة للحياة السياسية، بصرف النظر عن توجهاتها و تباينها من نظام سياسي إلى آخر و هي في حالة تفاعل و تغيير دائم مع المحيط السياسي و الاجتماعي، و ذلك جعل دراسة و بحث الأحزاب السياسية من رؤى ووجهات نظر معينة[2].

المطلب الثاني: وظائف الأحزاب السياسية

هناك عدة عوامل تساعد في تنويع الوظائف التي تقوم بها الأحزاب السياسية و التي يرجع بعضها للبيئة الاجتماعية والسياسية التي تكمن فيها هاته الأحزاب، وطبيعة النظام السياسي السائد أحادي أو تعددي، والوضع الاقتصادي متقدم و متطور، مجتمعات يجمعها دين و ثقافة واحدة أو تخترقها اضطرابات وتوترات داخلية وخارجية و تفرقات عرقية، أما البعض الآخر فيعود للخصائص التي تميز كل حزب سياسي من حيث صفته التمثيلية وحجمه وأيديولوجيته.

1 غارو حسيبة، **دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة**، مذكرة نيل الماجستر في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، سنة 2012، ص 21

2 **نفس المرجع**، ص 22.

لكن بالرغم من كل هذه الاختلافات فإن كل الوظائف تسعى إلى زيادة الدور التمثيلي و مضاعفة دورها في تعزيز الديمقراطية و عليه فقد تطرقنا في دراستنا هذه إلى أهم وظائف الأحزاب السياسية و التي نعرج عليها كالتالي:

أ) وظيفة التعبير عن رغبات الجماهير (الإرادة الشعبية) :

يقوم الحزب في الحقل السياسي بتوجيه الرأي العام و تكوينه، و عند قيامه بهذه العملية يسعى إلى توطيد نفوذه، إما بكسب ثقة المواطنين في حال ممارسته للسلطة و إما بالضغط على الحكومة في حالة المعارضة وعند وصوله إلى ذلك يصبح هو المعبر عن الرأي و على هذا النحو يصبح وسيط بين السلطة و الرأي العام، و بقيامه بهذا الدور فهو يقوم بوظيفة منبرية لأنه يسعى إلى إيصال مطالب المواطنين إلى السلطات العليا و الهيئة الحاكمة[1].

ب) تكوين الرأي العام:

يلعب الرأي العام دورا مؤثرا في تحديد شكل النظام الحاكم وطبيعته مع انتشار الأفكار الديمقراطية، وزيادة فاعلية وسائل الاعلام لأن الرأي العام أصبح نقطة مهمة في اتخاذ القرارات السياسية وتفرض نظرية الديمقراطية الكلاسيكية و جود علاقة مباشرة بين الحكومة و الشعب، لكن الديمقراطية التمثيلية الحزبية أوجدت وسيطا بين السعب و الحكومة و هو المجلس النيابي و لكي يصبح أعضاء هذا المجلس على ثقة الناخبين يجب أن يؤثروا في تكوين اتجاهات الرأي العام و لهذا وجدت علاقة بين الرأي العام و الأحزاب السياسية لأن هناك تأثير متبادل بينهما[2].

ج) وظيفة تكوين و اختيار النخبة السياسية (تكوين و اختيار القيادات و الكوادر السياسية):

يتفق الجميع على أن الأحزاب تسعى إلى كرسي الحكم وممارسة السلطة من خلاله أو المشاركة فيها، فإنها تعتبر أيضا مدارس تلقن فيها مبادئ ممارسة السلطة وغالبا ما لا تتعرف الجماهير إلا على أولئك الذين يقع اختيار

[1] غارو حسيبة، **مرجع سابق**، ص 37.

[2] مصطفى عبد الجواد محمود: **الأحزاب السياسي في النظام السياسي الدستوري الحديث في النظام الإسلامي**، دار الفكر العربي، القاهرة 2003.

الحزب عليهم لتمثيله في المعارك الانتخابية، بمعنى يدفع الحزب بأنجب مناضليه إلى الساحة السياسية ليتعرف عليهم الناخب[1].

د) وظيفة تنظيم المعارضة:

من بين الأهداف التي تسعى الأحزاب إلى تحقيقها هي الوصول إلى السلطة أو محاولات التأثير على قرارات السلطة الحاكمة أو القائمة وذلك بواسطة تنظيم المعارضة. والمعارضة في النظم الديمقراطية لها أهمية كبرى، حيث تمكن الجميع من إبداء الرأي المساند أو المخالف، و يتم ذلك في إطار قانوني منظم يجعل من المعارضة جزء لا يتجزأ من الديمقراطية التعددية، كما يلعب الرأي العام دورا كبيرا في تنمية المعارضة[2].

هـ) وظيفة المشاركة في صنع القرارات والسياسيات العامة ومراقبة تنفيذها:

قد مارس و يمارس الحزب الواحد أو الحزب المسيطر في عديد من الحالات دورا بهذا الخصوص، و رغم تفاوت هذا الدور في أهميته و وزنه من حالة إلى أخرى، إلا أن مرجعه هو طبيعة الحزب باعتباره يمثل امتدادا لأجهزة الدولة وأحد أدواتها التعبئة والتوجيه والضبط والسيطرة في بعض الحالات، أو باعتباره المسيطر على أجهزة الدولة في حالات أخرى[3].

و) التنشئة السياسية:

تدخل التنشئة السياسية في إطار الدور البيداغوجي الذي تقوم به الأحزاب السياسية إذ تقوم بتلقين وغرس مجوعة من القيم و المعايير السياسية والاتجاهات العامة بين المواطنين بشكل تدريجي عبر نشاطها الحزبي الموجه نحو الشعب، كما تعمل على جذب وجعل المواطنين يولون اهتماما بالمسائل العامة بدلا من المسائل الفردية

[1] ثامر كمال مُحَمَّد الخزرجي: **النظم السياسية الحديثة و السياسات العامة، عمان**، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، 2004، ص 213.

[2] غارو حسيبة، **مرجع سابق**، ص 38.

1 علي الدين هلال دسوقي–مُحَمَّد اسماعيل مُحَمَّد: **اتجاهات حديثة في علم السياسة، دراسة:** حسين توفيق، " دراسة الأحزاب السياسية في العالم الثالث" ، اللجنة العلمية لعلوم السياسة و الإدارة العامة 1999، ص 184.

وتساهم في تزويد المواطنين بالمعلومات السياسية المتعلقة بمحيطهم السياسي و القدرة على اكتساب وتشكيل ثقافة سياسية تسمح لهم بفهم المشاكل العامة التي تواجه المجتمع[1].

المطلب الثالث: الاتصال السياسي و الأحزاب السياسية

يعتبر الاتصال بمثابة حجر الزاوية وذلك للدور المهم الذي يلعبه في تنفيذ استراتيجية الحزب السياسي وتحسين أدائه وزيادة جمهوره، وقد أصبح الاتصال يفرض نفسه على جميع الأحزاب التي تعمل على التحكم في تقنيات الاتصال الداخلي والخارجي، ويتجلى هذا الأمر من خلال وضع سياسة اتصالية داخلية تساعد في تعزيز العلاقات مع هياكل ومستويات الحزب الداخلية.

زيادة إلى اتباع سياسة خارجية تساهم في ربط الحزب بالمكونات الأخرى للبيئة السياسي لكونه نظاما مفتوحا على الساحة، و هذا ما يسمح بمعرفة مواقف الحزب مقارنة بالسلطة وجعل المواطنين يتابعونه و يؤازرونه.

1/ الاتصال الداخلي:

لا يمكن تصور أي تنظيم سياسي دون وجود اتصال داخلي يحدث في نطاق هرمه الداخلي، ينظم العلاقة بين جميع الأعضاء و كافة الأقسام و الفروع، و يجعل عملها متكاملا و منسجما من حيث الأدوار و الأهداف التي تخدم نشاط الحزب، و بالرغم من أهمية الاتصال و اعتباره أحد عوامل نجاح و تفوق الحزب، لكنه قد يكون في الكثير من الأحيان السبب الرئيسي في فشله من حيث عدم قدرته على معالجة المشاكل التي تعرقل نشاطه.

و عليه تكون الأحزاب في أمس الحاجة إلى تطوير سياستها الاتصالية الداخلية المعتمد عليها لتوضيح معطيات النشاط الحزبي.[2]

[1] غارو حسيبة: **مرجع سابق**، ص 77.

[2] سليمة رابحي: **الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007-2008، ص 138

2/ الاتصال الخارجي:

لقد بات من المسلم به أن الاحزاب السياسية تتسابق دائما لتشكيل الإرادة العامة لمواطنين و التأثير على الرأي العام، بهدف التمكن من ممارسة الوظائف الحكومية أ، تمثيل المواطنين في المجالس التشريعية، غير أن هذا الأمر لا يتحقق إلا بإيلاء الأهمية الكافية لأساليب و تقنيات الاتصال الخارجي التي تساعد على التواصل مع جمهور المواطنين، و بناء جسور الحوار و التنسيق مع جمعيات المجتمع المدني و الهيئات السياسية الأخرى، و هذا دون أن ننسى تواصلها مع أجهزة الاعلام المختلفة و تزويدها بأخبار الحزب و بياناته و مواقفه و أنشطته[1].

تقوم الأحزاب السياسية أثناء إثارتها لهاته الانشغالات بشرح برامجها للمواطنين قصد استمالتهم وتجنيد المزيد من المناضلين وبالتالي التفوق على غيرها، وحتى يستمر وجودها تعمل الأحزاب علو وضع منهجية خاصة بالاتصال تعتمد على البساطة و الاهتمام بإعطاء حلول ايجابية لكل القضايا التي تشغل اهتمام المواطنين والتي تكون معبرة عن مشاعرهم و تطلعاتهم، مما يعزز قواعدها و يضمن بقائها و يدعم نجاحها و يطور أيديولوجيتها بما يتماشى مع مختلف المطالب المثارة داخل المجتمع[2].

أما الأحزاب التي تمارس الحكم فينصب دورها على المعارضة و مراقبة أعمال الأحزاب أو الحزب الذي يتولى الحكم، وكشف أخطائه وأخطاء حكومته أمام الرأي العام، فتنتقد تصرفاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتسعى لمحاسبتها وإحراجها في البرلمان ومساءلتها سياسيا، بالإضافة إلى تشجيع الأفراد على الممارسة السياسية والانضمام إليها، و تأييد رأيها لكسب أنصار و مؤيدين جدد كي تصل بأصواتهم إلى السلطة أو المشاركة فيها[3].

---

[1] **نفس المرجع** ، ص 139.

[2] سعيد بوشعير: **القانون الدستوري و النظم السياسية المقارنة**، الجزائر، ط 7، الجزء 2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 127.

[3] على زغدود: **نظام الأحزاب السياسية في الجزائر، الجزائر**، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 20.

المطلب الرابع: الأحزاب السياسية في الجزائر

لقد مرت تجربة التعددية الحزبية في الجزائر بمرحلتين اثنتين: امتدت الأولى سنة 1989 إلى حدود إيقاف المسار الانتخابي في سنة 1992، أما المرحلة الثانية فتمتد من سنة 1996 إلى يومنا هذا.

1/ المرحلة الأولى (1989–1992):

يعد دستور 23 فيفري 1989 الوثيقة التي تأسست خلالها قاعدة التعددية الحزبية في الجزائر أو بالتدفق ما يسمى آنذاك بـ"الجمعيات ذات الطابع السياسي" ، و بعدها تولى قانون 5 جويلية 1989 ضبط الشروط المتطلبة لإنشاء هاته الجمعيات، و أهم ما يميز هذه المرحلة هو الإقبال الكبير على تأسيس الجمعيات ذات الطابع السياسي.

- **دستور 23 فيفري 1989**: جاء دستور 23 فيفري 1989 كنتيجة لظروف غير عادية عرفها المجتمع والنظام السياسي الجزائري، و لتلبية مطالب سياسية و اقتصادية و اجتماعية جسدتها أحداث أكتوبر 1988، ليعبر عن نظام حكم جديد قاعدته سيادة الشعب و يهدف إلى وضع أسس نظام ديمقراطي يقوم في التعددية السياسية ومجتمع مدني يشارك في اتخاذ القرار السياسي.

لقد اعتمد المشروع الدستوري على مصادر أساسية استند عليها دستور 1989 كما أقر مبادئ يقوم عليها النظام السياسي الجزائري[1].

- **دستور 1989**: يصنف في خانة دساتير القوانين، يقوم على مبادئ الديمقراطية الليبرالية "فصل السلطات، التعددية الحزبية، الملكية الخاصة، تخلي الدولة عن جزء كبير من مهامها الاقتصادية والاجتماعية ". ترجمة ذلك

[1] سليمة رابحي: **مرجع سابق**، ص56.

سياسات الحكومات المتعاقبة فيما بعد، فهو يخالف الدساتير السابقة التي تصنف في خانة دساتير البرامج، كونها تدعو إلى ضرورة بناء الدولة الاشتراكية[1].

بناءا على ما سبق، نصت المادة 40 من هذ الدستور على حق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي[2]، وأحدثت هذه المادة تغييرا جذريا في الحياة السياسية، فاتحة المجال للقوى السياسية لممارسة نشاطها في العلن وبكل حرية،

- **قانون الجمعيات ذات الطابع السياسي**: من أجل تجسيد الحق الدستوري الذي نصت عليه المادة سابقة الذكر، والتكريس الفعلي لانتقال التعددية السياسية، تم إصدار الأمر رقم 11/89 المتضمن قانون الجمعيات ذات الطابع السياسي في 5 جويلية 1989 الذي جاء ليؤطر العمل السياسي[3].

بدأت الأحزاب السياسية تودع ملفات اعتمادها لدى وزارة الداخلية تجسيدا لمواد دستور 1989 ولقانون الجمعيات ذات الطابع السياسي، و ان أول حزب يتم اعتماده هو "الحزب الاجتماعي الديمقراطي" ، ثم تليه أحزاب أخرى مثل "حزب الطليعة الاشتراكية" و "التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية". و بعد صدور القانون بـ 17 شهرا فقط تم إيداع 39 ملفا لتكوين الأحزاب. حيث كان المشهد السياسي في نوفمبر 1990 يطبعه وجود 31 حزبا ثم ارتفع إلى 52 في 1991 و وصل هذا العدد إلى 60 حزبا معتمدا في 1992[4].

2 احمد وافي: ادريس بوكرا، **النظرية العامة للدولة و النظام السياسي الجزائري في ظل دستور 1989**، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1992، ص182.

[2] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1989، المادة 40.

1الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: " قانون رقم 11/89 المؤرخ في 2 ذي الحجة 1409 الموافق لـ 5 جويلية 1989، يتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي"، الجريدة الرسمية، ع 27، ص 26.

[4] عمر صدوق: **آراء سياسية و قانونية في بعض قضايا الأزمة**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجمعية، 1995، ص 105.

2/ المرحلة الثانية (1996 إلى اليوم) :

تحت وطأة الأحداث تبين بسرعة أن المسار الديمقراطي خلق نتائج لم يتمكن النظام آنذاك من التنبؤ بها، بل وأنه غير تماما صلب الترابط الذي تقوم عليه الجماعة الوطنية، و بهذا تكون الديمقراطية فد اصطدمت بعوامل ثقافية و إيديولوجية ملازمة لتاريخ المجتمع الجزائري

- **دستور 28 نوفمبر 1996**: لقد تم بعث المسار الانتخابي من جديد بإجراء الانتخابات الرئاسية في 16 نوفمبر 1995 و أعقب ذلك مباشرة مراجعة الدستور بمقتضى الاستفتاء الشعبي في 28 نوفمبر 1996 من أجل تعزيز المسار الديمقراطي. و استهدف التعديلات الجديدة احداث تغييرات جوهرية على شكل و مضمون الخارطة الحزبية بعد حدوث مشاكا أعاقت النشاط السياسي خلال السنوات الماضية، حيث تم وضع ضوابط جديدة لسير الأحزاب السياسية و تحديد شروط صارمة للتصريح بها في المادة 42[1].
- **القانون العضوي للأحزاب السياسية:** نظرا للطابع المبهم لبعض أحكام القانون السابق المتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي الذي ساهم في الانزلاقات التي شهدتها ممارسة النشاط السياسي أثناء السنوات التي تلت صدورها، عمدت السلطات السياسية إلى إصدار الأمر رقم 09/97 المؤرخ في 6 مارس 1997 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية[2]، و ذلك من أجل ضمان حق إنشاء الأحزاب و ترجمة المبادئ التي تضمنها التعديل الدستوري و كذا تفادي الانزلاقات التي قد تمس استقرار الدولة و حقو المواطنين و حرياتهم[3].

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1996، المادة 42.

2 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، أمر رقم 09/97 المؤرخ في 17 من شوال 1417 الموافق لـ 6 مارس 1997، القانون العضوي للأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية، ع 12، ص 34.

3 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية " أمر رقم 09/97 من شوال عام 1417 الموافق لـ 6 مارس 1997 يتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية، ع 12، ص 34.

كما يتم تكييف الأحزاب وفق هذه المتغيرات الجديدة باعتماد نظام الترخيص الذي يقوم على الموافقة المسبقة للإدارة لقيام الأحزاب، وهذا لتفادي حدوث التجاوزات في الممارسات الحزبية، وساهم القانون في تقليص عدد الأحزاب حيث تم حل 3 منها لعدم مطابقتها بعض الأحكام التي نص عليها هذا القانون وهي" الجبهة الإسلامية للإنقاذ"، "حزب الجزائر المسلمة المعاصرة"، و فك الحركة للعناصر الموجودة في برنامجها الانتخابي، على غرار "حركة النهضة الاسلامية" التي تحولت إلى "حركة النهضة" و"حركة المجتمع الاسلامي" التي أصبح تعرف بـ " حركة مجتمع السلم".

إن المادة الثانية (2) من قانون الأحزاب السياسية الجديدة لم تحدد الأهداف الأساسية لوظيفة الأحزاب، واقتصرت على ذكر هدف واحد فقط هو المشاركة في الحياة السياسية بالوسائل الديمقراطية و السلمية، من خلال جمع مواطنين حول برنامج سياسي دون ابتغاء هدف يدر ربحا، لكن الملاحظة على هذا السياق أنها جاءت غير دقيقة و يغلب عليها الطابع الإنشائي، و بما أن المشروع لم يحدد مفهومه و طبيعة الأحزاب السياسية بدقة، فقد فات بالتالي تحديد أهدافها و وظائفها بوضوح، و اكتفى بالنص فقط على الأهداف التقليدية لوجودها الذي يكمن في تمثيل المصالح المتعارضة في الدولة و داخل البلمان بمختلف اتجاهاته[1]

[1] نسيب محد أرزقي: **أصول القانون الدستوري و النظم السياسية**، ج2، الجزائر، مطبعة هومه، 1999، ص 105.

خلاصة:

إن العلاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية هي علاقة وثيقة للغاية فكلا النظامين يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان حجم التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية أكبر من تأثير نظام الاتصال على النظام السياسي ، ويرتبط ذلك بسمات المجتمعات النامية السياسية والاقتصادية والاجتماعية

تختلف الأحزاب المنتشرة في العالم عن بعضها البعض من حيث تطورها وتكوينها وأهدافها ونشاطاتها وقومياتها والأنظمة السياسية التي تكمل في ظلها ، ولقد أدى هذا التباين إلى إيجاد اشكالية في وضع تعريف عام للأحزاب السياسية أو في تصنيفها إلى مجموعات مختلفة ، ولكن بالرغم من كل هذه الاختلافات فإن كافة الأحزاب السياسية تلتقي في كونها " جماعات منظمة تحاول السيطرة على القوة السياسية " فمع الأخذ بعين الاعتبار لوجود تعريفات متعددة للأحزاب السياسية تختلف باختلاف طبيعة الحزب والنظام الذي يعمل من خلاله.

الفصل الثالث

الاتصال السياسي والرأي العام

- تمهيد.
- المبحث الأول: مدخل إلى الرأي العام

  المطلب الأول: مفهوم الرأي العام

  المطلب الثاني: نشأة الرأي العام

  المطلب الثالث: خصائص الرأي العام

  المطلب الرابع: وظائف الرأي العام
- المبحث الثاني: تأثير الاتصال السياسي على الرأي العام

  المطلب الأول: العلاقة بين وسائل الاعلام و الرأي العام

  المطلب الثاني: وسائل الاتصال والأحزاب السياسية

  المطلب الثالث: العلاقة بين وسائل الاتصال والسياسة والرأي العام
- خلاصة.

تمهيد

الاتصال السياسي سلوك جديد يساعد في تحديد المشاكل والقضايا الراهنة بسهولة كبيرة، وكذا مناقشتها في الساحة العمومية أمام أعين الجميع، والعمل على ايجاد وافراز الحلول التي يجب تبنيها، فهو يجنب انغلاق النقاش السياسي على نفسه.

رغم أن البدايات الأولى للاتصال السياسي والدراسات الإمبريقية في أمريكا خلال اربعينات القرن الماضي اهتمت بالعملية الانتخابية وعلاقة المرشح السياسي بالمواطنين وتأثير الإعلام على السلوك الانتخابي، إلا أنه ومع تطور وسائل الاتصال الجماهيري أصبح الاتصال السياسي يهتم بكيفية توظيف واستغلال وسائل الاتصال في العملية السياسية متجاوزا دراسة العملية الانتخابية بترتيب الأولويات وتحليل الخطاب وأوعية بثه والجمهور المستهدف واتجاهات الراي وقادة الرأي وتحليل المضمون وتداخل مجموعة عوامل اجتماعية ونفسية في العملية الاتصالية ذات المضمون السياسي.

المبحث الأول: مدخل إلى الرأي العام

المطلب الأول: مفهوم الرأي العام

بقدر ما أحدث الرأي العام من اهتمام كبير لدى الدول و الحكومات و الشعوب على اختلاف نظمها و أوضاعها بقدر ما اجتهد الباحثون و المفكرون و المعينون بهذا الفرع من فروع المعرفة الانسانية لوضع مفهوم واضح للرأي العام، مما نجم عنه تعدد التعريفات و تنوع المفاهيم و يرجع الاختلاف بين هؤلاء الباحثين و العلماء إلى الاختلاف في وجهات النظر التي تحكمها اهتمامات و تخصصات و إيديولوجيات هؤلاء الباحثين ذلك أن الرأي العام أصبح محور اهتمام خبراء السياسية و علماء الاعلام و أساتذة علم النفس.

* يقول جيمس برايس في كتابه "الديمقراطيات الحديثة" معرفا الرأي العام: "إنه اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموعة الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة و الخاصة"[1].

* كما عرفه جيمس راسل لاسويل في وصفه للرأي العام: "إن الرأي العام وجود معنوي لا نراه، وهذا لا ينقص من قوته، شأنه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه و لكنه موجود بعدل ستة عشر رطلا على البوصة المربعة"[2].

* عرف العالم السيكولوجي فلوريد ألبورت الرأي العام بأنه: "تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، و يمكن استدعاؤهم للتعبير عن أنفسهم سواء كانوا مؤيدين أو معارضين لمسألة نهائية معينة أو لشخص أو اقتراح ذي أهمية واسعة النطاق بحيث تكون نسبتهم في العدد من الكثرة و الاستمرار كافية لإحداث امكانية التأثير على العقل بطرق مباشرة تجاه الموضوع الذي هم بصدده"[3].

إن ظاهرة الرأي العام هي من تلك الظواهر المجتمعية ذات الجوانب المتعددة، و هي على وضوح أثرها في موقف معين لا تلبث أن تراوغ منهج الباحث الذي يحاول أن يلم بها في شمول يستجمع كل جوانبها لا في موقف

[1] عبد اللطيف حمزة: **المدخل في التحرير الصحفي**، دار المعارف، القاهرة، مصر 1968، ص 19.
[2] ابراهيم إمام: **فن العلاقات العامة**، مكتبة الأنجلو، القاهرة، مصر 1986، ص 109.
[3] محي الدين عبد الحليم: **الاتصال بالجماهير و الرأي العام**، الأصول و الفنون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص 24.

واحد فحسب، و إنما في كل المواقف التي يرى فيها آثار هذه الظاهرة و هي تحرك الأمور أو تفرض عليها مسارا آخر[1].

أولا: التعريف الغربي للرأي العام

يعرف ليونارد دوب الرأي العام على أنه "مجموعة المواقف و المشاعر التي يكونها قطاع كبير من الناس في مسألة مهمة، و في فترة معينة، تحت تأثير الدعاية، و يشير الرأي العام إلى مواقف الناس من قضية معينة، حيث يكون هؤلاء الناس أعضاء في الجماعة الاجتماعية نفسها".

عرفه كلاريدج كينغ بأنه: "الحكم الذي تتوصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية، و هو مجموعة التفضيلات التي تعبر عنها أعداد معتبرة من الأشخاص بشأن قضية ذات اهتمام عام[2].

كما عرف فلويد ألبورت اصطلاح الرأي العام على أنه: "جمع كبير من الأفراد يعبرون عن آرائهم في موقف معين، إما من تلقاء أنفسهم، أ، بناء على دعوة توجه إليهم، تعبيرا مؤيدا أو معارضا لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذو أهمية كبيرة، بحيث تكون نسبة المؤيدين "أو المعارضين" في العدد، و درجة اقتناعهم وثباتهم و استمرارهم كافية لممارسة التأثير، من أجل اتخاذ اجراء محدد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إزاء الموضوع الذي هم بصدده[3].

ثانيا: تعريف الفقه العربي للرأي العام

يعرف رمزي الشاعر الرأي العام على أنه: "اجتماع كلمة أفراد الشعب على أمر معين تجاه مشكلة معينة أو حادث ما، و في حالة انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة". و قد أخذ البعض على هذا التعريف بأن اجتماع كلمة أفراد الشعب على مشكلة معينة، أو أمر معين، أو حادث ما هو إلا ضرب من ضروب الخيال،

[1] اسماعيل على سعد: **الدعاية و الرأي العام**، دار المعرفة الجامعية للنشر، الاسكندرية، ط 2005، ص 56.

[2] سامية عبد اللاوي: **الرأي العام و تأثيره على النظام السياسي**، دار الكتاب الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 23.

[3] عصام سليمان الموسى: **المدخل في الاتصال الجماهيري**، إثراء للنشر و التوزيع، الاردن، ط 2009، ص 220.

علاوة على أن التعريف لم يوضح ماهية الأمر أو المشكلة أو ألحادث الذي تم اجتماع كلمة الشعب عليه، و هل المقصود المصلحة العامة أو الخاصة، بالإضافة إلى غموض عبارة "في حالة انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة"[1].

عرفه أحمد بدر بقوله أن: "الرأي العام هو التعبير الحر عن آراء الناخبين –أو من في حكمهم- بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء و ثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة و الأمور ذات الصالح العام، و بحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأي الأغلبية و يرضي الأقلية[2].هذا التعريف يحصر الرأي العام في آراء الناخبين دون غيرهم من الآراء الأخرى، كما أشار إلى التعبير الحر و هو ما يتميز به هذا التعريف لأنه من الصعب وجود الرأي العام في غياب حرية التعبير عنه.

المطلب الثاني: نشأة الرأي العام.

لم يدرج مصطلح الرأي العام إلا في العصر الحديث و بصفة خاصة منذ الثورة الفرنسية و هذ لا يعني أنه لم يرتبط بحياة الناس إلا ابتداء من هذه الحقبة.

فالرأي العام كظاهرة عرف منذ برزت قدرة الانسان على استخدام كلمة تعكس رأيه ... . و قد تناول الفكر الانساني منذ مئات السنين موضوعات تتعلق بالرأي العام، الأمر الذي يدعم القول بأن الحضارات القديمة لم تكن خالية من المفاهيم القريبة من الرأي العام[3].

كانت المدن اليونانية أول من أعطى الرأي العام مجالا واسعا لتنظيم شؤون المجتمع، حيث تحدث الرومان بعد ذلك عن (الآراء الشائعة) ووصلوا إلى مفهوم (صوت الجمهور) أو (صوت الشعب)، و إن كانت الكلمات الإغريقية (casa pfemenomos)[4]، و اصطلاح (Vixopopuli) تدل على رأي المواطنين الراغبين في

[1] سعد حامد عبد العزيز قاسم، **أثر الرأي العام على أداء السلطات العامة**، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 2007، ص 22.
[2] سامية عبد اللاوي: **الرأي العام و تأثيره على النظام السياسي**، دار الكتب الجامعية، ط 1، 2005، ص 27.
[3] مُحَمَّد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، دار الفجر للنشر و التوزيع، ص 25.
[4] سناء مُحَمَّد الجبور، **الاعلام و الرأي العام المصري و العالمي**، دار أسامة، عمان، 2010، ص 16.

التأثير في الأمور العامة. ثم جاءت الحضارة الإسلامية من خلال القواعد التي أرستها بحيث اهتمت بالرأي العام واعطته سلطات كبيرة تصل إلى حد معصية الحاكم و الثورة عليه إن هو خرج عن حدود سلطته المحددة له، و قد وضع الإسلام أصولا عامة منها (مبدأ الشورى) كما اعترف الإسلام بالحقوق والحريات كحق الملكية الفردية والجماعية، و أقام الإسلام حرية الرأي و حرية العقيدة و غير ذلك من الحريات العامة[1].

في القرن الثامن عشر (18) المسمى بـ (عصر التنوير) جاءت الثورة الأمريكية و بعدها الفرنسية كأبرز حدثين يعبران عن دور و قدرة الرأي العام، ثم جاء القرن التاسع عشر المليء بالأحداث و التغييرات حيث قامت الثورة الصناعية، و تطورت الاكتشافات العلمية و اختراع وسائل الاتصال الجديدة حتى أصبح الرأي العام ذو سيطرة وسلطان كبير. كان من نتائجه مطالبة العمال بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم، وشهدت نهاية القرن التاسع عشر (جوستاف لوبون) العالم الاجتماعي الذي كان أحد الأوائل الذين أدركوا فكرة (الجمهور) و (التكتل) الشعبي و تأثيرها في العمل السياسي[2].

أخيرا جاء القرن العشرون فتوج انتصارات الرأي العام بمزيد من الانتصارات ذلك أن ظهور الراديو والتليفزيون قد جعل هذا القرن قرن الرأي العام، و كان للحرب العالمية الأولى التي شهدها هذا القرن أثر هام في تدعيم الرأي العام، فظهور الدراسات النفسية في القارة الجديدة بعد هذه الحرب ركزت على دراسة السلوك، قادت إلى اكتشاف أن أصل السلوك ما هو إلا بعض صور التهيؤ للعمل، و أطلقت عليه مفهوم (المواقف) أو (الاتجاهات) و هذا المفهوم ليس إلا الرأي العام في جوهره أو القاعدة التي يقوم عليها الرأي العام[3].

[1] محمد منير حجاب، **مرجع السابق**، ص 28.
[2] سناء محمد الجبور، **مرجع السابق**، ص17.
[3] **نفس المرجع**، ص 18.

المطلب الثالث: خصائص الرأي العام

للرأي العام مجموعة أفكار هامة ترتبط به ومن خلالها نحدد خصائص الرأي العام ونطرحها على النحو التالي:

1- الرأي العام هو نتاج عملية تنصرف فقط على المواقف والظواهر الاجتماعية والسلوك الإرادي، لذا فالانطباعات أو ردود الأفعال حول المواقف الطبيعية كالكوارث أو الحالة الجوية لا يمكن أن تسمى رأيا، فالرأي العام هو محصلة عملية بنائية متتالية المراحل، لا تجري بمعزل عن أوضاع المجتمع و ظروفه، فهذه العملية بمراحلها المتتالية تتضمن كثيرا من التفاعلات المختلفة التي تبدأ بملابسات تكوين الرأي ثم التعبير عنه، وتنتهي بطرح نتائجه السياسية وما يترتب عليها من ردود أفعال[1].

2- اتجاه الرأي العام أو جهته: وهي الخاصية التي تتعلق بمسار الرأي العام ومدى رفضه أو قبوله للفكرة أو الموضوع أو القضية التي يقاس بشأنها أي أن هذه الخاصية تقيس درجة التأييد أو الرفض أو الحياد بالنسبة لموضوع معين[2].

3- مضمون الرأي العام ومحتواه: وهي الخاصية التي تتعلق بكمية ونوعية المعلومات المتوافرة لدى الرأي العام المطلوب قياسه عن موضوع أو قضية أو مشكلة معينة، وتحدد مدى قيام الرأي العام على معرفة حقيقية بالموضوعات والقضايا المثارة[3].

4- قد يتكون الرأي العام بناء على تفكير منطقي أو بناء على انفعالات عاطفية أو بناء على مزيج من المنطق والعاطفة معا، وقد تطغى العوامل العاطفية في كثير من الأحوال على العوامل المنطقية، ويلاحظ أن درجة المنطق أو العاطفة تختلف باختلاف مستوى الوعي والتقدم الحضاري في المجتمع[4].

---

[1] سامية عبد اللاوي: **مرجع سابق**، ص 31.

[2] غازي اسماعيل ربابة: **المدرس بقسم العلوم السياسية بالجامعة الأردنية**، الرأي العام والعلاقات العامة، دار البشير للنشر والتوزيع، 1987، ص 100

[3] المرجع نفسه، ص 103

[4] سامية عبد اللاوي: **مرجع السابق**، ص 32.

5- الإبدال والتعويض والإسقاط: قد يعتري قلق بسبب معين من الأسباب، وحين لا يستطيع توجيه غضبه نحو السبب الأصيل فإنه يلجأ إلى عملية الإبدال كالقيام بالتظاهر أو الإضراب أو غيره[1].

6- يستطيع بعض أفراد المجتمع مخالفة الرأي العام دون أن يترتب على هذه المخالفة جزاءات رادعة (فقدان العضوية في الرابطة أو المجتمع) ذلك أن الرأي العام يمثل وجهة نظر تبنتها الأغلبية بشأن إحدى المسائل التي هي في الأصل مسائل خلافية. ومن الطبيعي أن توجد أقلية تضل لا تتبنى وجهة النظر تلك، سواء اتخذت آراؤها موقف الحياد أو المعارضة، فلابد من احترام موقف تلك الأقلية كشرط أساسي لقيام رأي عام حر[2] .

7- الرأي العام ليس أكثر من مجرد قناعة أو انطباع، ولا يصل إلى مرحلة اليقين أو الحقيقة الشاملة، فقد يبنى الرأي العام على الأهواء والرغبات، تماما كحال الرأي الفردي وفي مثل هذه الحالة فإنه يتخذ موقفا متطرفا بالنسبة للأحداث والقضايا[3].

8- يتسم الرأي العام غالبا بعدم الاستقرار وسرعة التغير نتيجة لتأثير الدعاية والإعلام وغيرها من الوسائل المؤثرة فيه، فضلا عن تأثيرات العامل الزمني والتغير المتلاحق في السلوك والأذواق والحاجات والاهتمامات[4].

في الأخير نستنتج أن الرأي العام هو في الأساس زبدة عمليات أو سلوك مؤسسي مضبوط مهما جرت صياغته في تعبيرات مختلفة توحي بأنه عمل شعبي، بمعنى أن تشكل الرأي العام هو نتاج لعمليات مؤسسية قد تبدأ منذ استثارت الموضوع عبورا بعملية التأثير وتبلور الآراء إلى غاية قيام الرأي.

[1] مُحَّد عبد الملك المتوكل: **مدخل إلى الإعلام والرأي العام**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1991، ص 121.
[2] أحمد بدر: **الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة**، دار قباء للنشر، القاهرة، ط 1998، ص 84.
[3] جمال سلامة علي: **الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، دار النهضة العربية**، القاهرة، ط 1، 2010، ص 26.
[4] سامي عبد اللاوي، **الرأي العام وتأثيره على النظام السياسي**، ص 33.

المطلب الرابع: وظائف الرأي العام

يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي وفي تحديد طبيعة الأوضاع المرتبطة بالتعامل في الحاكم والمحكوم، وفي إطار هذا التعامل يمارس الرأي العام مجموعة من الوظائف الأساسية و أهمها ما يلي:

1/ التأثير على القرار السياسي:

تعتبر سلطة الشعب في الدولة الديمقراطية أعلى السلطات فيها، ولذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة يجب أن تبنى على الرأي العام بمعنى أنه من اللازم أن يعكس نشاط الحكومة اليومي بطريقة أو أخرى هذا الرأي.

2/ الرأي العام أحد العوامل المؤثرة على الحكم:

فالمسؤولون في أي حكومة يفترض أساسا أنهم يمثلون الشعب تمثيلا صحيحا وأنهم يعكسون الرأي العام ولعل هذا أبرز الوعود التي يقدمها السياسيون للجماهير أثناء الانتخابات والكلمات البراقة والخدمات الشفهية و يفسر لنا أيضا أن كثير من الحكومات الديمقراطية عندما تضع سياستها وتمارس أعمالها فهي تمارسها على مدى اتجاهات الرأي العام و في ضل الديمقراطية التي تعمل من خلالها من أجل جماهير الشعب[1].

3/ يصادق على القوانين:

لأنه بدون مساعدته أو تأييده للقوانين تصبح مجرد حبرا على ورق أو حروف ميتة لا حياة فيها ، والرأي العام هو الذي يصنع القوانين للأمم والجماعات، فليست القوانين – في الديمقراطية الحديثة- إلا تعبيرا عن رغبات الرأي العام، وضمانا للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع.

4/ الرأي العام سند للهيئات والمؤسسات:

[1] محمد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، ص 43.

إنه وبدون مساندة الرأي العام للهيئات الاجتماعية و تجنيده لأعمالها في ضل الديمقراطية فإن تلك الهيئات يكون نشاطها محدودا جدا إن لم يتوقف تماما، فإذا أرادت مؤسسة عامة أو خاصة أن تؤدي وظيفتها باسم الديمقراطية فإذا يجب أن تحظى بقدر من النية الطيبة والرضى العام[1].

5/ تحديد ملامح السياسة الخارجية:

للرأي العام دور هام في تحديد ملامح السياسة الخارجية، كما تقول الدكتورة شاهيناز طلعت وباحثون آخرون، فعلى الرغم من أن الرأي العام قد يبقى في الظل في ما يتعلق بتكوين السياسة الخارجية إلا أنه يمارس بعض الضغوط فيها حتى في ظل الدول الديكتاتورية[2].

6/ توسيع المشاركة السياسية:

المشاركة السياسية مفهوم شامل ينطوي على عدة معان منها أن تحظى النخبة الحاكمة بالتأييد لقرارات الحكومة وكذلك إجراءات المواطنين ذات الصفة المشروعة كالتصويت والمظاهرات وتقديم الالتماسات وتحركات جماعات الضغط والتمثيل النيابي بمختلف صوره، وهذا كله يعني ازدياد المساهمة الشعبية في العملية السياسية سواء من حيث عدد المساهمين أو نطاق مساهمتهم، و مجال هذه المساهمة ومدى تكررها وظهور مؤسسات سياسية لتنظيم هذه المشاركة[3].

7/ الرأي العام يرعى المثل الاجتماعية والخلقية:

يقوم الرأي العام إلى جانب القوة والعادات و التقاليد والعقل، بصنع المثل الاجتماعية ذلك أن الرأي العام هو أقوى سند للأخلاق نظرا لضخامة كتلة الجماهير، فهو شيء جبار و موجود دائما ويعمل في نفس المكان الذي تنتهك فيه حرمة الأخلاق.

[1] محي الدين عبد الحليم، **الاتصال بالجماهير**، الرأي العام، الأصول والفنون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1993، ص 53.
[2] مُحَّد منير حجاب، **مرجع سابق**، ص 46.
[3] **نفس المرجع**، ص 47.

المبحث الثاني: تأثير الاتصال السياسي على الرأي العام:

المطلب الأول: العلاقة بين وسائل الاعلام و الرأي العام:

من الموضوعات التي شغلت الباحثين في مجال الرأي العام والاتصال الجماهيري هي تلك العلاقة الحميمية والجدلية بين الموضوعات التي تبديها وسائل الاتصال وبين تصاعد اهتمام الرأي العام تجاه تلك الموضوعات، وهذا يعني أن وسائل الاتصال تؤدي دورا مهما في جذب انتباه الرأي العام من خلال: تركيزه على موضوعات بذاتها في إطار دور وسائل الاعلام التي تعمل على إظهار و عرض وقائع الحياة، والقضايا والمواضيع التي تهم الرأي العام.- اتفقت آراء كثيرة على أنه حيث لا توجد صحافة لا يوجد رأي عام-

معنى آخر إنه حيث لا توجد صحافة حرة لا يوجد انسان قادر على المعرفة أو قادر على التفاعل مع مجتمعه (فبريطانيا مثلا تطر فيها الرأي العام و أصبح له شأنه في إصدار القرارات بسبب تمتع صحافتها بحرية حقيقة منذ صدور أول صحيفة يومية لها سنة 1702) بينما تأخر نضوج الرأي العام في فرنسا بعد ذلك بثلاثة أرباع القرن حتى تمكنت من إصدار أول صحيفة لها سنة 1777 ... . و لقد ظهر في العالم العديد من الشخصيات المؤمنة بتأثير الصحافة على الرأي العام. وقد أصدر مجلة أسبوعية أسماها "جازيت" ليعبر من خلالها عن آرائه... . وينقل عن طريقها آراء الجماهير في مواضيع شتى[1].

قد أصبح اعتماد الرأي العم و وسائل الاتصال كل منها على الآخر أمرا إلزاميا، و قد صار استناد كليهما على الآخر أمرا حتميا وذلك راجع لتكميل كل منهما الآخر، فتكوين الرأي العام على المستوى المحلي أو الدولي أو القومي أمر مستحيل دون الاستعانة بوسائل الاعلام. فلكي يتكون و يتوطد الرأي العام لزم عليه وجود صوت الأمة الممثل في الصحافة الذي يمد كل ذي حق حقه، و يعبر كل فرد عن رأيه فيشيد بالعاملين و يذم المقصرين.

[1] عزيزة عبده، **الاعلام السياسي و الرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات**، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004، ص 141.

لقد كان لازويل بعيد النظر عندما رأى أن المجتمع العالمي يحتاج إلى صوت ثالث يجذب الاهتمام العام بتقاريره التي تركز على كيفية حدوث الأشياء، ذلك أن الأصوات الرسمية في الوقت الحالي مجرد أصوات ذاتية الخدمة أيا كانت صورة هاته الذاتية سواء حكومية أو حزبية أو تجارية أو غيرها ، و إن دور الصوت الثالث المحايد هو تزويد الأفكار التي تنشرها المصادر ذاتية الخدمة بشرح وافي و دقيق، و المقصود بالصوت الثالث هو "صوت الصحافة" و صوت الصحافة كما يراه لازويل هو صوت "الرأي العام"[1].

لقد كانت تطلعات وتنبؤات هؤلاء صائبة فما إن حل القرن التاسع عشر حتى أصبح الرأي العام هو السيد ذو السطوة والسلطان، وما إن قاربت نهاية نفس هذا القرن حتى أصبح الصحافة منافسا خطيرا للبرلمانات نفسها، كمنبر للجدل السياسي وكقوة خطيرة تستطيع أن تنافس أسس الحكم نفسه ونظامه، وقد ترتب على ذلك في القرن العشرين أن أصبح الرأي العام كالصحافة في خطورته و فاعليته تجاه الحكام والحكومات و القوانين والتغييرات الاجتماعية حتى وصل الأمر إلى تسميته بـ "قرن الرأي العام"، و في الوق تنفسه استطاعت الصحافة أن تنتزع لنفسها –عن حق– لقب السلطة الرابعة[2].

المطلب الثاني: وسائل الاتصال والأحزاب السياسية:

إن للاتصال دور مهم و حيوي داخل الأحزاب، فلا يمكن تصور أي تنظيم سياسي دون وجود اتصال داخلي يحدث في نطاق هرمه الداخلي من أعلى الهرم إلى القاعدة، فهو عملية أسياسية لتبادل المعلومات والتفاعل بين مختلف هياكل و عناصر الحزب. فالحزب يعتمد على جميع أنواع الاتصال المباشر الشخصي أو الجمعي و غير مباشر أو جماهيري، رسمي أو غير رسمي، إما أن يكون داخل هيكله أو بين أعضائه أو مع الأنظمة الأخرى لوصول الاتصال لهذه الأهمية البالغة فإن كل حزب سياسي لديه خلفية أو قسم أو هيئة مسؤولة عن الاتصال

[1] عزيزة عبده، **مرجع سابق**، ص 141.
[2] عبد القادر حاتم، **الرأي العام**، دار الأنجلو المصرية، القاهرة، 1972، ص 66-67.

والاعلام يكون ممثلا و ناطقا رسميا باسم الحزب كما توكل على عاتقه كل المهما الادارية و التنظيمية الخاصة بالاتصالات سواء داخل هياكل الحزب كإعلام مناضليه بانعقاد مؤتمر حزبي أو اجتماع و لو كان صغيرا أو خارج الحزب كالتعامل مع الصحافة و مختلف وسائل الاعلام بمختلف أشكالها.

فمن المعلوم أن الصحف و وسائل الإعلام و الاتصال تعتبر من الوثائق الهامة، و مصدرا من مصادر المعلومات، فهي من جهة تعتبر مصدرا هاما للأحداث العامة المختلفة و بالتالي تسجل كل ما يجري في الحياة اليومية تحلله و تعلق عليه لدرجة أنها تعتبر سجلا تاريخيا للحياة السياسية و الاجتماعية، و من جهة أخرى هي أداة فعالة لإعلام وتوجيه الرأي العام و تكوينه، حيث بواسطتها يمكن معرفة اتجاهات و آراء و نشاطات الأحزاب السياسية[1].

أما بالنسبة للصحافة العامة و المستقلة فتستخدمها خاصة على المستوى الخارجي لتأثير في الرأي العام، وبينما أن الصحافة هي ليست بمعزل عن التنوع و التعددية السياسية التي تطبع دولة ما، فهي عادة ما تستعمل في الحملات السياسية خاصة الحملات الانتخابية[2].

إن وسائل الاعلام تلعب دورا في إدماج الحزب اجتماعيا و اكسابه القبول الاجتماعي من خلال تجسيد الحزب في رجل سياسي معين يسقط خصائصه الشخصية على الحزب السياسي، أو في حالة ظهور مشكل داخلي في الحزب يتحرك المجتمع لمساندته و إعطائه الدعم اللازم للاستمرار ومتابعة عمله السياسي عوضا عن الاختفاء من الفضاء السياسي من خلال بناء تاريخ و ذاكرة مشتركة لكل المجتمع عن طريق تحديد المواضيع المعالجة و المتناولة من طرف وسائل الاعلام[3].

هذا ما يعني أن الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام بمختلف أشكالها هو بالغ الأهمية و لا يقتصر على تأطير مطالب الأفراد و إيصالها للسلطة السياسية أو الوساطة بينها و بين الرأي العام، وإنما خلق صورة ذهنية

[1] سليمة رابحي، **مرجع سابق**، ص 86.
[2] سعيد بوشعيرة، **القانون الدستوري و النظم السياسية المقارنة**، ج2، ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 130.
[3] سليمة رابحي، **مرجع سابق**، ص 88.

للحزب يمكن من خلالها للرأي العام بناء توجهاتهم و واتخاذ مواقفهم تجاه ما هو مطروح من قضايا سياسية تهمهم سواء على الساحة الاعلامية أو السياسية.

- وسائل الاعلام و الأحزاب السياسية:

1-الصحافة المكتوبة:

تقوم المواد الاعلامية المطبوعة التي لها أهمية في تطور المجتمع بسد حاجيات القراء مع مراعات جملة معقدة من الانفعالات و الميولات الكامنة في القراء إذ تؤدي هذه المواد إلى اختيار الظرف المناسب و النوع الصحفي الملائم مساهمة في دفع الوعي الاجتماعي[1] .

ترجع الأحزاب السياسية مع الضعف الذي يسجل على صحافتها النضالية و الحزبية إلى استمالة الصحافة العمومية و الخاصة، و تعزيز علاقتها مع أجهزة الصحافة المختلفة، التي تمدها امكانية مخاطبة الرأي العام مباشرة، و إيصال وتحرير سياستها و مواقفها ووجهات نظرها في القضايا العامة المطروحة.

2- التلفزيون

لقد أصبح التلفزيون أهم الأسلحة التي تلجأ إليها الأحزاب خاصة في الانتخابات لكسب ثقة الناخبين والحصول على أصواتهم، كما أصبح الوسيلة الأساسية في عملية الإشهار السياسي للحزب خاصة وأنه يسمح بتشكيل ويث الصورة و يظهر تأثيره في طريقة ترسيخه للرسائل و الصور السياسية في الأذهان.

3- الإذاعة:

تعتبر الإذاعة المسموعة عاملا إضافيا للرسائل المسموعة التي تعرضها الأحزاب بصورة مستمرة، حيث يتحول اهتمام الجمهور المستمع عندما تغيب الصورة مباشرة إلى محتوى الرسائل الشفوية، و هذا ما يسمح بعرض المشاكل و القضايا و التطرق لها بصورة آنية و عميقة أكثر من التلفزيون و الصحافة المكتوبة[1].

1 نصر الدين عياضي، **إشكالية العلاقة بين الصحافة و الوعي الاجتماعي**، مجلة دفاتر معا، معهد علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، العدد1، الجزائر، 1984، ص 14.

4- الأنترنت:

لقد ارتأينا أن الأنترنت مجال مفتوح وحيوي لتقديم صورة عن الحزب والتعريف به وببرامجه السياسية، و تبقى ميزة هذا المجال أنه البوابة المثلى لمخاطبة شرائح مهمة من المواطنين يصعب في العادة دفعهم من أجل المشاركة السياسية و إقناعهم بالذهاب إلى صناديق الاقتراع –شريحة الشباب- و إقامة جسور التبادل و التفاعل معهم عبر البريد الالكتروني دون رقابة أو انتقاء[2]

لاشك أن الاعتماد الكبير على الانترنت كشكل من أشكال الاتصال التفاعلي يعود إلى المزايا العديدة التي يوفرها بالنسبة للأحزاب السياسية صغيرة كانت أم كبيرة، فهو على عكس وسائل الإعلام التقليدية لا يطرح مسألة التساوي والتكافؤ بينها، كما أصبح للأحزاب بفضل الانترنت قناة جديدة للاتصال السياسي تساعدها في عملية الاقتراب من الناخبين.[3].

المطلب الثالث: العلاقة بين وسائل الاتصال والسياسة والرأي العام

مما لا شك فيه أن وسائل الاتصال الجماهيرية الالكترونية (الإذاعة، التلفزيون، الانترنت)، والمكتوبة تشكل الدعامة والركيزة المثلى لبث الرسائل ذات الطابع الجماعي،« في عهد الديمقراطية الجماهيرية يبدو لأن هذه الوسائل شكلت التبادل الأمثل بين الحكام والحكوميين... »، و حيث كان هدف وسائل الاتصال الإلكترونية هو إمداد المجتمع برسائل أكثر تعددا، راح بذلك الاتصال السياسي يستفيد منها بل ويسيطر عليها.

1- الإذاعة:

منذ أن بدأ استخدام الإذاعة كوسيلة إعلامية جديدة مع بداية سنوات العشرينات من القرن العشرين وضعت تحت أيدي السياسيين، ومختلف الأجهزة السياسية، فقد وظفت كوسيلة مثلى وفعالة للدعاية الحزبية في

---

[1] سليمة رابحي، **مرجع سابق**، ص 154.

3 عبد الإله بوحمالة، "**الحملة الانتخابية: فعل ديمقراطي بأدوات تواصلية**"، الحوار المتمدن، العدد 1969، تاريخ الصدور 2006/12/19 الموقع الإلكتروني ، [http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=83742].

[3] سليمة رابحي، **مرجع سابق**، ص 156.

الحربين العالميتين، حيث قدمت العديد من الخدمات الحيوية، فقد خصصت مثلا الحكومة الفدرالية الأمريكية خلال الحرب العالمية الثانية إذاعة الرسائل الإعلامية حول الحرب والدعاية الداخلية كوسيلة لبث الحملات الدعائية لبيع سنوات الحرب، ولحث المدنيين على ترشيد استخدام المواد الهامة التي يحتاج إليها المجهود الحربي وغير ذلك من المهام[1] .

ويأتي سبب توظيف السياسيين للإذاعة والتعويل الكبير عليها إلى كون الراديو أحد أكثر وسائل الإعلام جماهيرية فيما يتعلق بملكية الأجهزة... .إذ يمتلك الأمريكيون مثلا أكثر من خمسة أجهزة ونصف من أجهزة الراديو لكل أسرة[2].

مع التطور الذي شهدته المجتمعات والدول، مع زيادة السكان، والتوسع في الحقوق السياسية، ومنح المرأة حق الانتخاب، تطورت آراء الأفراد فيما يخص الشؤون السياسية، وخاصة مع التعليم الشعبي الذي أعطى للغالبة العظمى من المواطنين فرصة تعرف قضايا الحكومة ومشكلاتها[3].وهذا ما فرض على الأنظمة السياسية استخدام وسائل الإعلام وأولها الإذاعة و خاصة خلال سنوات العشرينات والثلاثينات، أي قبل ظهور التلفزيون كمنافس قوي وجاذب للرأي العام لتوعيتهم سياسيا و إعلامهم بنشاطات الفاعلين السياسيين.

2- التلفزيون:

التلفزيون هو نظام مركز لسرد القصص، وتدخل الدراما والدعايات والأخبار والبرامج الأخرى التلفزيونية في بيت مشاهد عالم مترابط نسبيا من الرسائل والصور المشتركة، ويولد الناس في هذه الأيام في البيئة الرسمية للتلفزيون ويعيشون حياتهم مع دروسها المتكررة...، وقد أصبح التلفزيون بتجاوزه الحواجز التاريخية المتمثلة في معرفة القراءة والكتابة والحراك، المصدر الأساسي للأشخاص متغيري الخواص من نواح عدة[4].

[1] ميل فين دوفلير، ساندرابول روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1989، ص 25
[2] **نفس المرجع**، ص 26
[3] وليام ل.ريقرز وثيودور بيترسون، وجاي جنسن، **وسائل الإعلام والمجتمع الحديث**، ترجمة إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 287
[4] يمين بودهان: **وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية الاتصال السياسي**، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3/2009، تونس 2009، ص 80.

فالتلفزيون كوسيلة في حد ذاتها لها تأثير في الجماهير، باعتبار أن خصائصه: الصورة، الصوت الحركة والألوان...، ما يجعل منه أقوى وسيلة وأكثرها جذبا للجمهور في أوقات فراغه.

قد أخذ السياسيون في دول العالم، على الخصوص الدول الغربية يشكلون سياساتهم بقصد تكوين تغطية تلفزيونية إيجابية، وفي الوقت المناسب، والحصول على موافقة الجمهور. وكان الشيء الذي يهم بأغلب الأحوال هو كيف سيكون "أثر" هذه السياسة، وكيف ستبدو الصور، وهل سترسل الإشارات الصحيحة؟ وهل سيتأثر الجمهور بسرعة استجابة للحكومة؟[1].

3- الانترنت:

إن الانترنت قد أحدثت ثورة في الاتصال بين البسر، فخلقت فضاء ديمقراطيا تفاعليا للنقاش وتبادل الآراء، وأتاحت للأفراد فرصة إقامة العلاقات المباشرة فيما بينهم، أو مع سلطاهم السياسية، بصورة آنية تفاعلية، عن طريق البريد الالكتروني كوسيلة للتراسل وتبادل الحوار، أو عن طريق منتديات وحلقات النقاش التي تستعرض مواضيع مختلفة للنقاش وتبادل الآراء والمواقف، ويمكن للفرد الاشتراك في النقاش والإدلاء بموقفه بكل ديمقراطية وحرية، فهو غير خاضع لأي ضغوط أو رقابة من أي جهة كانت، فشبكة الانترنت هي فضاء مفتوح للاتصال[2].

مما سبق نستنتج أن الانترنت قد أصبحت منبرا مفتوحا لجميع الأفراد للتعبير عن آرائهم وأفكارهم باعتبارها فضاء اتصالي بين الجمهور و السلطات السياسية في عملية الاتصال السياسي، فهي تعمل على تسهيل تدفق المعلومات في اتجاهين "من الأفراد إلى النظام السياسي و من النظام السياسي إلى الأفراد".

[1] **نفس المرجع**، ص 81.

[3] Hérve le crosnier, internet et la democratie, http://www.infounicaen.fr, 13 déc 1996 » 07/02/2016, 23 :00.

خلاصة:

الاتصال السياسي مجموعة من الآليات التي يعتمدها الفاعلون للتعبير عن أرائهم ومواقفهم السياسية أو لمعرفة مواقف بعضهم تجاه قضايا المجتمع، أو من أجل اقناع الأفراد بتبني سلوك مختلف عن الذي كانوا يتبعونه بصفة عضوية من خلال ما يصدرونه من خطابات متعارضة أو متوافقة تحدد مكانتهم في الساحة السياسية فالاتصال السياسي هو فضاء واسع يتم فيه تبادل الخطابات المتعارضة من طرف ثلاث فاعلين يملكون جزء من الشرعية السياسية والديمقراطية هم رجال السياسة الصحفيون والرأي العام.

لكي يحقق طرف ما سواء (الحكومة أو الأحزاب التي تسعى للوصول إلى مكان الحكومة) زيادة في مستوى تأثيره على الرأي العام فهو بالضرورة بحاجة لعملية اتصال فكرية تبادلية مع البيئة المكونة لرأي العام ، أي مع الجماهير وهذه العملية هي ما يمكن أن نسميه عملية الاتصال السياسي.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي

- المبحث الأول: بطاقة فنية عن حركة مجتمع السلم
- المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة
- المبحث الثالث: النتائج العامة

تمهيد

بعد حديثنا في الفصلين الثاني والثالث وإسهابنا في مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالاتصال والاتصال السياسي والرأي العام والأحزاب السياسية، سنتطرق في الفصل الاخير غلى الجانب التطبيقي، نحاول فيه رصد وتقصي وضعية الاتصال في مكتب حركة مجتمع السلم في شكليه الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي، ونبحث عن كيفية تجسيد استراتيجية ومخططات الاتصال السياسي في المكتب وكيف تساهم هذه مخططات الاتصال السياسي في التأثير على الراي العام.

تمَّ الاعتماد على استمارة تضمنت أربع محاور تضمن أربع محاور:

- محور البيانات الشخصية للمنتسبين لمكتب حزب حركة مجتمع السلم
- محور الاتصال في مكتب حزب حركة مجتمع السلم
- محور استراتيجية الاتصال السياسي لحزب حركة مجتمع السلم
- محور الاتصال السياسي والرأي العام

صياغة أسئلة المحاور الثاني والثالث والرابع تمت وفق الأهداف والتساؤلات التي طرحناها في الاشكالية وبالاعتماد ما ذكرناه في الجانب النظري، وبالاعتماد على مقياس ليكرت ذو الخمس درجات موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

حاولنا تحليل النتائج المصرح بها من قبل المدروسين في وقياسها بما جاء في الجانب النظري، معتمدين على جداول النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ويتضمن الفصل التطبيق أيضاً بطاقة فنية عن حزب حركة مجتمع السلم.

المبحث الأول: بطاقة فنية عن حزب حركة مجتمع السلم

القَانُون الأسَاسِي

الديباجة:

بناء على ما جاء في لائحة البرنامج السياسي، التي حددت المنطلقات الفكرية المرجعية والأهداف والثوابت والمبادئ والوسائل والتوجهات العامة لحركة مجتمع السلم، وتأسيسا على تراكمية العمل السياسي في الميدان خلال أزيد من عشرين عاما من التعاطي مع الشأن العام، ومواكبة للتطورات الحاصلة في واقعنا الوطني والإقليمي والتأثيرات الدولية على التحولات التي تشهدها البشرية، وسعيا لتحقيق انسجام أكثر مع التطور التنظيمي لحركة مجتمع السلم في اجواء الانفتاح على محيطها خدمة للأهداف الكبرى التي مافتئت تناضل من أجل بلوغها استكمالا لرسالة أول نوفمبر 54، فإن حركة مجتمع السلم تستشرف مستقبل هذا الوطن بما تعتقد أنه جزء من واجبها التربوي والدعوي والسياسي، بإدخال المزيد من المرونة على قانونها الأساسي ليتكيف مع واقع التحولات.

إن الهدف الأساس من هذه الوثيقة التنظيمية هو التأكيد على ضرورة تثمين الهيكلة التي حافظت على الإطار التنظيمي لمؤسسات الحركة وهياكلها المركزية والمحلية وإدخال التعديلات اللازمة بما يستوعب التطورات الحاصلة في بيئة الحركة وأشكال تعاطيها مع المستجدات الوطنية والإقليمية والدولية، ويوفر المرونة التنظيمية المساعدة على إنجاز الأهداف المسطرة في برامجها بتحديد الصلاحيات وضبط المسؤوليات وفق نظرة تراكمية متدرجة في الزمن اقتضتها ظروف الانخراط في طور جديد من أطوار خدمة الدين والوطن والمساهمة في استكمال بناء الدولة الجزائرية الديمقراطية الاجتماعية ذات السيادة في إطار المبادئ الإسلامية.

إن المواد المقترحة في مشروع هذا القانون الأساسي لم تخرج في مجملها عن الطموح الذي عبر عنه أبناء الحركة وبناتها في الفضاءات المؤسسية، وتطلعاتهم إلى قيادة المجتمع بما هو متاح من الامكانيات والوسائل وفق

الثوابت والمبادئ التي أجمع عليها الشعب الجزائري، وأكدتها مختلف الاتفاقيات والعهود وكرستها الجهود الوطنية المتراكمة عبر النضال السلمي المتعدد منذ دخلت الجزائر في عهد التعددية بصدور دستور 23 فبراير 1989.

إن مشروع هذا القانون الأساسي بعد تعديله وإثرائه، يصبح هو مرجعية الحركة التنظيمية التي يتم في ضوئها الحراك السياسي والانضباط التنظيمي في التعاطي مع الواقع في ضوء القوانين الساري العمل بها، دفاعا عن حرية المواطن وكرامة الإنسان والتطلع إلى غد أفضل، تتضافر فيه جهود جميع أبناء الجزائر وبناتها بالتضامن والتعاون والتشاور والتحالفات الخادمة للمقاصد والكليات والمؤدية إلى بناء الجزائر المنشودة من جهة الفعل السياسي.

من جهة أخرى فإن هذا القانون، بقدر ما هو مستمد من مبادئ الحركة وسياساتها فهو مقيد بالدستور وقوانين الجمهورية، فهو النص الناظم للعلاقة بين الحركة ومؤسساتها ضمن ما هو متاح من هوامش الحرية ولذلك فهو يضع آليات لممارسة الشورى والديمقراطية، وإتقان فنون الحوار والتداول وصولا إلى صناعة المواقف و القرارات. كجهة مرجعية للاحتكام والضبط التنظيمي.

الباب الأول

التسمية، المبادئ الأهداف والوسائل

الفصل الأول

التسمية والشعار

المادة 01:

التسمية: تحمل الحركة التسمية التالية:

- حركة مجتمع السلم – ومختصرها: حمس
- بالأحرف اللاتينية:Harakat Moujtamaa Silm ومختصرها H.M.S
- وباللغة الأمازيغية بحروف التفيناغ.
- شعارها: العلم – العمل – العدل

الفصل الثاني

المرجعية

المادة 02: تنطلق حركة مجتمع السلم من مرجعيات محددة ومعلومة هي:

– الإسلام.

– بيان أول نوفمبر 1954.

– الدستور الجزائري و قوانين الجمهورية.

– تراث الحركة الوطنية وجمعية العلماء المسلمين الجزائريين، وتجارب الحركات الإصلاحية، وما وصل إليه الفكر الإنساني من قيم وإنجازات حضارية.

– الرصيد الفكري والسياسي والتاريخي لحركة مجتمع السلم.

الفصل الثالث

الثوابت و المبادئ

المادة 03: يقوم عمل حركة مجتمع السلم على أساس المبادئ والثوابت الآتية:

- الإسلام عقيدة وشريعة.
- الوحدة الوطنية ترابا وشعبا وتراثا.
- الانتماء الحضاري الإسلامي و العربي والأمازيغي.
- النظام الجمهوري والتعددية السياسية في ظل التداول السلمي على السلطة.
- الحرية وحقوق الإنسان.
- العدالة و تكافؤ الفرص في ظل المواطنة الكاملة.
- منهج الشورى والخيار الديمقراطي.

- المنهج السلمي الوسطي المعتدل.
- ربط المسؤولية والمحاسبة والشفافية وكل مقومات الحكم الراشد.
- احترام الآخر وحسن الجوار ومبدأ حرية الشعوب في تقرير مصيرها.

الفصل الرابع

الأهداف العامة

المادة 04: انطلاقا من مرجعيتها، وبالارتكاز على مبادئها وثوابتها، تعمل الحركة على تحقيق الأهداف التالية:

- اعتماد مبادئ الشريعة الإسلامية مصدرا أساسيا للتشريع في الجزائر.
- استكمال بناء "الدولة الجزائرية الديمقراطية الاجتماعية ذات السيادة ضمن إطار المبادئ الإسلامية" كما نصّ عليها بيان أول نوفمبر 1954.
- الدفاع عن قيم الشعب وثوابته ومبادئه، ومحاربة كل أنواع الظلم والبيروقراطية والتهميش.
- نشر الدعوة وترقية المجتمع.
- العمل من أجل استئناف مسار التعريب ورفع التجميد عن قانون تعميم استعمال اللغة العربية.
- ترقية الامازيغية لغة وثقافة ' والعمل على تحريرها من الهيمنة الايديولوجية والحزبية.
- ترقية العمل السياسي وأخلقته بما يخدم ثوابت الأمة.
- الدفاع عن حقوق الانسان وكرامة المواطن.
- النضال من أجل تمدين النظام السياسي وتحقيق الإصلاح الشامل.
- العمل على تحقيق الإصلاح الدستوري الذي يؤسس للنظام البرلماني، ويحقق الفصل الواضح بين السلطات ويضمن استقلالية القضاء.

- تطوير منظومة تربوية مناسبة للمساهمة في تكوين الفرد المنتج والمواطن الصالح والأسرة المستقرة والمجتمع المتماسك الحر الذي يساهم في نهضة الأمة.
- تمكين المرأة من أداء دورها الحضاري بما يخدم الأسرة والمجتمع والوطن.
- بلورة رؤية اقتصادية بديلة.
- محاربة الفساد والعمل على توفير فرص الكسب المشروع وحماية الثروات العامة وتأمين مستقبل الأجيال.
- استكمال مسار المصالحة الوطنية.
- محاربة تزوير الانتخابات واحترام الإرادة الشعبية، وتشجيع المواطن على الدفاع عن خياراته.
- إعادة الاعتبار للعمل الحزبي والفعل الانتخابي وبناء الثقة في العملية السياسية.
- العمل على تحرير المجتمع المدني وتطويره وتنميته.
- دعم جهود التعددية الإعلامية وتحرير المجال السمعيّ البصري، وأخلقة الممارسة الصحفية والإعلامية.
- دعم نضالات الصحفيين والباحثين والنخب في تحصيل حقوقهم المشروعة.
- دعم الحريات النقابية والنضال العمالي.
- دعم و تطوير العلاقات الخارجية الثنائية والمتعددة الأطراف.
- نصرة فلسطين ومناهضة التطبيع، ودعم القضايا العربية والإسلامية، والقضايا الإنسانية العادلة.
- دعم حق الشعوب في تقرير مصيرها واختيار حكامها بعيدا عن التدخل الأجنبي.

الفصل الخامس

الوسائل

المادة 05: لتحقيق أهدافها تعتمد الحركة على الوسائل التالية:

- المشاركة السياسية بكل أشكالها وفق توجهها السياسي العام.

- التحالفات والعلاقات والتكتلات السياسية.
- الرقابة الشعبية.
- الحوار والمبادرات.
- وسائل الاتصال والإعلام والتعبئة الجماهيرية.
- التربية والتكوين المتخصص.
- التدريب والتأهيل القيادي.
- تنمية الموارد البشرية.
- الدعوة والإرشاد.
- الدفاع عن الحريات وحقوق الإنسان والعلاقة مع المجتمع المدني.
- التضامن الوطني.
- النشاط الفكري والمعرفي والفني والرياضي.
- الاستقصاءات العلمية وسبور الآراء والدراسات.

المادة 05: للحركة وظائف أساسية هي:

- الوظيفة التربوية والدعوية.
- الوظيفة الفكرية و السياسية.
- الوظيفة الاجتماعية والمجتمعية.

الباب الثاني

العضوية، الواجبات والحقوق

الفصل الأول

العضوية

المادة 06: إن العضوية في الحركة مفتوحة لكل جزائري وجزائرية اقتنع بمبادئها وأهدافها وتوجهاتها دون الإخلال بالشروط المنصوص عليها قانونا.

المادة 07: يتم الانخراط في الحركة وفق الشروط المنصوص عليها في النظام الداخلي.

الفصل الثاني

واجبات وحقوق العضوية

المادة 08: يلتزم العضو في الحركة بالواجبات العامة التالية:

- الالتزام بالقانون الأساسي للحركة ونظامها الداخلي ولوائحها.
- الالتزام ببرنامج الحركة ومواقفها وقراراتها والإسهام في مختلف نشاطاتها.
- نصرة الحركة في المواعيد والاستحقاقات المختلفة والوفاء لها في كل الحالات.
- التحلي بالأخلاق الإسلامية الكريمة والآداب العامة.
- الإلتزام بشروط العضوية.

المادة 09: يتمتع العضو في الحركة بالحقوق العامة التالية:

- حق إبداء الرأي.
- حق التربية والتكوين والتأهيل.
- حق الانتخاب والترشح.

- الحق في التضامن والتكافل
- حق التظلم والدفاع عن النفس

المادة 10: يبين النظام الداخلي مراتب العضوية، ويحدد حقوقها وواجباتها.

المادة 11: تفقد العضوية في الحركة بـ:

- الوفاة.
- فقدان الأهلية.
- الإخلال بشروط العضوية.
- القيام بأعمال وسلوكيات مخالفة للمبادئ والقيم الإسلامية وقيم ثورة نوفمبر.
- الاستقالة.
- الإعفاء.
- ثبوت الانتماء العضوي إلى حزب سياسي آخر.

الباب الثالث

الهيكلة التنظيمية

الفصل الأول

الهيئات التنظيمية الوطنية

الفرع الأول

المؤتمر

المادة 12: المؤتمر هو أعلى هيئة في الحركة.

المادة 13: يتشكل المؤتمر من:

- الاعضاء المنتخبين.
- أعضاء مجلس الشورى الوطني.
- رؤساء المكاتب الولائية ورؤساء مجالس الشورى الولائية.
- المكاتب الوطنية للمؤسسات.
- نسبة من أعضاء البرلمان ومن رؤساء المجالس الشعبية الولائية والبلدية يحددها مجلس الشورى الوطني.
- 04%عدد إضافي من مجموع المؤتمرين من ذوي السبق أو الكفاءة يقترحهم المكتب التنفيذي الوطني.

المادة 14: ينعقد مؤتمر الحركة دوريا كل خمس (05) سنوات و ينعقد استثنائيا كلما دعت الحاجة بقرار من مجلس الشورى الوطني و بموافقة ثلثي (3/2) الأعضاء.

المادة 15: يحدد مجلس الشورى الوطني نسب ومعايير المشاركة في المؤتمر، ويعد المكتب الولائي مقترح توزيع الحصة العائدة له بين بلديات الولاية مع مراعاة تمثيل مؤسسات الحركة والمرأة، ويعرضها على مجلس الشورى الولائي للمصادقة.

المادة 16: يتولىالمؤتمر المهام التالية:

- مناقشة القانون الأساسي للحركة والمصادقة عليه.
- عرض ومناقشة التقرير المالي والأدبي للعهدة المقدم من طرف رئيس الحركة والمصادقة عليه.
- مناقشة البرنامج السياسي والسياسة التربوية والمصادقة عليهما.
- تشكيل مجلس الشورى الوطني.
- تزكية رئيس الحركة الذي ينتخبه مجلس الشورى الوطني.

الفرع الثاني

مجلس الشورى الوطني

المادة 17: مجلس الشورى الوطني هو أعلى هيئة للحركة بين مؤتمرين.

المادة 18: ينبثق مجلس الشورى الوطني عن المؤتمر ويتشكل من:

- المؤسسين قانونا.
- رئيس مجلس الشورى الوطني السابق ونائبه.
- أعضاء المكتب التنفيذي الوطني للعهدة السابقة الممارسين إلى غاية المؤتمر.
- رؤساء الحركة السابقين.
- وزراء الحركة.
- رئيس الكتلة البرلمانية.
- رؤساء المكاتب الولائية.
- 10%من عدد المندوبين لكل ولاية.
- خمسة(05) ممثلين عن الطلبة.

- خمسة(05) ممثلين عن الشؤون الاجتماعية.
- خمسة (05) ممثلين عن مؤسسة الشبيبة.
- ثلاثة (03) ممثلين عن كل مؤسسة يعتمدها مجلس الشورى الوطني.
- خمسة (05) ممثلين عن الجالية.
- أربعين (40) امرأة منتخبة من المؤتمرات توزع على الولايات في المؤتمر حسب اللائحة الانتخابية.
- ثلاثة (03) نواب عن الكتلة البرلمانية.
- عشرة (10) أعضاء من ذوي الكفاءات يقترحهم رئيس الحركة ونائباه ويزكيهم مجلس الشورى الوطني.

المادة 19: يحدد النظام الداخلي حالات الشغور والاستخلاف في عضوية مجلس الشورى الوطني.

المادة 20: إضافة إلى الواجبات العامة المنصوص عليها في المادة 08 أعلاه، يشترط في عضو مجلس الشورى الوطني:

- أن لا يقل سنه عن 25 سنة كاملة عند عقد المؤتمر وللطلبة وشباب المؤسسات حالة خاصة.
- أن يكون قد مضى على التزامه سبع (07) سنوات كاملة على الأقل وللطلبة وشباب المؤسسات حالة خاصة.
- أن لا يكون قد صدر في حقه قرار تأديبي عن خطأ من الدرجة الثالثة من هيئات الحركة المختصة خلال العهدة الماضية.
- أن يكون معروفا بالثبات على خط الحركة والتزام مواقفها.
- أن يكون منضبطا تربويا وماليا.
- أن يكون ذا دور إيجابي في ولايته.

المادة 21: لمجلس الشورى الوطني المهام والصلاحيات التالية:

- انتخاب رئيس الحركة.
- انتخاب نائبي رئيس الحركة.
- انتخاب رئيس مجلس الشورى الوطني ونائبه.
- تزكية أعضاء المكتب التنفيذي الوطني.
- اعتماد خطة الحركة وتوجهاتها.
- المصادقة على البرنامج السنوي والميزانية العامة للمكتب التنفيذي الوطني.
- تقويم أداءات الحركة ومؤسساتها.
- متابعة ومراقبة أعمال المكتب التنفيذي الوطني.
- مناقشة التقرير السنوي للمكتب التنفيذي الوطني والمصادقة عليه.
- اقتراح التعديلات على المؤتمر فيما يتعلق بالقانون الأساسي والأوراق الاساسية.
- تكوين لجان دائمة أو مؤقتة حسب الحاجة.
- اعداد النظام الداخلي للحركة والمصادقة عليه.
- اعداد النظام الداخلي لسير مجلس الشورى الوطني والمصادقة عليه.
- السهر على متابعة تطبيق قوانين الحركة ونظمها وتنفيذ قراراتها.
- المصادقة على اللوائح التنظيمية وتعديلها.
- إعفاء رئيس الحركة من مهامه بموافقة ثلثي أعضاء المجلس.
- إعفاء نائبي رئيس الحركة ورئيس مجلس الشورى الوطني ونائبه بالأغلبية المطلقة من أعضاء المجلس في دورة عادية.

- إعفاء عضو مجلس الشورى الوطني بالأغلبية في دورة عادية.
- البت في طلبات إعفاء أعضاء المكتب التنفيذي الوطني بالأغلبية في دورة عادية.
- المصادقة على طلب رئيس الحركة لإعفاء أعضاء المكتب التنفيذي الوطني بالأغلبية في دورة عادية.
- يمكنه اتخاذ الإجراءات التي يراها مناسبة في حالة عدم المصادقة على التقرير السنوي. للمكتب التنفيذي الوطني
- تزكية أمانة مجلس الشورى الوطني.
- متابعة ومراقبة مؤسسات الحركة وتقويم أداءاتها.
- تشكيل الهيئة الوطنية للانضباط.

المادة 22: يشرف مدير مكتب المؤتمر على تنصيب مجلس الشورى الوطني الجديد في اجتماعه الأول أثناء المؤتمر ويترأس الجلسة بمعية أكبر وأصغر الأعضاء سنا، ويشكل لجنة خاصة بالترشيحات لانتخاب:

- رئيس الحركة
- نائبي رئيس الحركة
- رئيس مجلس الشورى الوطني و نائبه.

المادة 23: تتشكل لجنة الترشيحات المذكورة في المادة 22 أعلاه من 03 أعضاء من المجلس غير معنيين بالترشح يزكيهم مجلس الشورى الوطني بالأغلبية المطلقة.

المادة 24: يجتمع مجلس الشورى الوطني في دورة استثنائية في أجل أقصاه شهرا من تاريخ انعقاد المؤتمر لـ:

- تشكيل لجنة إثبات العضوية لأعضاء المجلس.
- تشكيل لجنة اعداد النظام الداخلي للحركة والنظام الداخلي لسير للمجلس.
- تزكية أعضاء المكتب الوطني

- تزكية العشره (10) كفاءات المقترحين من طرف رئيس الحركة ونائبيه.

المادة 25: يجتمع مجلس الشورى الوطني في دورة عادية أولى في أجل أقصاه ثلاثة (03) أشهر من تاريخ انعقاد المؤتمر لـ:

- إثبات عضوية أعضاء المجلس.
- اعداد النظام الداخلي للحركة والمصادقة عليه.
- اعداد النظام الداخلي للمجلس والمصادقة عليه.

مناقشة الخطة العامة للحركة والبرنامج السنوي للمكتب التنفيذي الوطني والمصادقة عليهما.

المادة 26: يعقد مجلس الشورى الوطني دوراته العادية مرة كل ستة (06) أشهربدعوة من رئيس المجلس، ودوراته الاستثنائية أو الطارئة كلما دعت الضرورة بطلب من:

- رئيس الحركة.
- رئيس مجلس الشورى الوطني.
- المكتب التنفيذي الوطني
- الأغلبية المطلقة من أعضاء مجلس الشورى الوطني.

الفرع الثالث

رئيس الحركة و رئيس مجلس الشورى الوطني ونوابهما

المادة 27: يشترط في رئيس الحركة كما في رئيس مجلس الشورى الوطني أن يكون:

- سنه أربعين (40) سنة كاملة عند عقد المؤتمر.
- مارس عضوية مجلس الشورى الوطني لمدة لا تقل عن عشر 10 سنوات.
- معروفا بعطائه الفكري والتربوي والسياسي والحركي.

- معروفا بثباته على خط الحركة.
- قادرا على التجميع والتسيير والمتابعة.
- حريصا على مصلحة الحركة ورجالها ودرء المفاسد عنها.
- معروفا بالعلم والعمل والتضحية والورع.

المادة 28: يتولى رئيس الحركة المهام والصلاحيات التالية:

– رئاسة الحركة ومتابعة هياكلها ومؤسساتها وهو الناطق الرسمي باسمها.

رئاسة المكتب التنفيذي الوطني.

تمثيل الحركة في المحافل الرسمية.

تقديم التقرير الأدبي والمالي للعهدة أمام المؤتمر.

تقديم التقارير الدورية في مجلس الشورى الوطني.

اختيار أعضاء المكتب التنفيذي الوطني وطلب إعفائهم بالتشاور مع نائبيه.

المادة 29: في حالة إعفاء مجلس الشورى الوطني رئيس الحركة من منصبه يدعو في نفس الدورة إلى مؤتمر استثنائي في أجل أقصاه ستين (60) يوما.

وفي حالة شغور منصب رئيس الحركة بسبب الاستقالة أو الوفاة، أو حدوث مانع له، يخلفه أكبر نوابه سنا وينعقد مجلس الشورى الوطني وجوبا في أجل أقصاه خمسة عشرة ((15 يوما و يدعو لعقد مؤتمر استثنائي في اجل أقصاه ستين(60) يوما

المادة 30: في حالة شغور منصب رئيس الحركة في السنة الأخيرة من عهدته يخلفه أكبر نوابه سنا إلى غاية انعقاد المؤتمر العادي.

المادة 31: يتولى رئيس مجلس الشورى الوطني المهام التالية:

رئاسة مجلس الشورى الوطني.

دعوة واستدعاء مجلس الشورى الوطني للانعقاد.

تحديد مشروع جدول أعمال مجلس الشورى الوطني بالتنسيق مع المكتب التنفيذي الوطني.

- متابعة و دعوة اللجان الفرعية الدائمة والمؤقتة المنبثقة عن مجلس الشورى الوطني للانعقاد.
- السهر على توفير الظروف الملائمة لحسن سير أشغال المجلس.
- اقتراح أعضاء أمانة المجلس بالتشاور مع نائبه على المجلس للتزكية.
- اقتراح أعضاء اللجان الدائمة والمؤقتة للمجلس بالتشاور مع نائبه

المادة 32: لرئيس الحركة نائبان تحدد مهامهما في النظام الداخلي.

المادة 33: يشترط في نائبي رئيس الحركة ونائب رئيس مجلس الشورى الوطني ما يلي:

- أن لا يقل سنه عن خمس وثلاثين (35) سنة كاملة عند تاريخ عقد المؤتمر.
- أن يكون قد تقلد عضوية مجلس الشورى الوطني لعهدة كاملة.
- أن يكون معروفا بثباته على خط الحركة.
- أن يكون قادرا على التجميع حريصا على مصلحة الحركة ورجالها.
- أن يكون معروفا وقادرا على درء المفاسد عن الحركة.

المادة34: ينتخب رئيس الحركة لعهدة مدتها خمس (05) سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة.

الفرع الرابع

المكتب التنفيذي الوطني

المادة 35: المكتب التنفيذي الوطني هو أعلى هيئة تنفيذية في الحركة تنبثق عن مجلس الشورى الوطني ويتكون من:

- رئيس الحركة
- نائب رئيس الحركة مكلف بحقوق الإنسان والعلاقات مع المجتمع المدني.
- نائب رئيس الحركة مكلف بالتخطيط والمتابعة والاستشراف.
- أمين وطني مكلف بالتنظيم والهياكل.
- أمين وطني مكلف بالتربية والتكوين والدعوة.
- أمين وطني مكلف بالإدارة المالية والوسائل.

أمين وطني مكلف بالشؤون السياسية والاقتصادية.

- أمين وطني مكلف بالمنتخبين.
- أمين وطني مكلف بالإعلام و الإتصال.
- أمين وطني مكلف بالمرأة وشؤون الأسرة.
- أمين وطني مكلف بالجامعات والعمل الطلابي.
- أمين وطني مكلف بالشباب والعمل الجمعوي.
- أمين وطني مكلف بالجالية والعلاقات الخارجية.
- أمين وطني مكلف بفلسطين والقضايا العادلة.
- أمين المكتب الوطني.

المادة 36: يتولى المكتب التنفيذي الوطني المهام والصلاحيات التالية:

- تنفيذ السياسة العامة للحركة عبر الأمانات والهياكل والمؤسسات.
- تنفيذ توصيات وقرارات المؤتمر ومجلس الشورى الوطني
- إعداد الخطة العامة للحركة والبرنامج والميزانية السنوية وعرضهما على مجلس الشورى الوطني.

- متابعة أعمال الأمانات والهياكل والمؤسسات.
- تزكية رؤساء المؤسسات.
- السهر على تطبيق قوانين الحركة ولوائحها.
- اعتماد رؤساء المجالس والمكاتب الولائية للحركة أو إعفاؤهم.
- متابعة سير هياكل الحركة واتخاذ الإجراءات اللازمة.
- عرض تقاريره على مجلس الشورى الوطني.
- اقتراح جدول عمل دورات مجلس الشورى الوطني بالتنسيق مع رئيس المجلس.
- متابعة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية داخليا وخارجيا.
- متابعة ممثلي الحركة في الهيئات الرسمية.
- الاهتمام بتربية المجتمع ونشر الدعوة.
- عرض القضايا التي تستعصي عليه على مجلس الشورى الوطني للبت فيها.
- إنشاء لجان فرعية أو متخصصة دائمة ومؤقتة.
- دراسة اهتمامات ومقترحات القاعدة التنظيمية للحركة.
- دعوة مجلس الشورى الوطني للانعقاد عند الاقتضاء في دورات استثنائية أو طارئة.
- دعوة مجالس الشورى الولائية للانعقاد.
- اقتراح ممثلي الحركة في المناصب السامية المختلفة.
- احالة الأعضاء على الهيئة الوطنية للإنضباط.

المادة 37: ينتخب مجلس الشورى الوطني الهيئة الوطنية للإنضباط التي تتولى النظر في الطعون المتعلقة بالعقوبات والإجراءات التأديبية.

الفصل الثاني

الهيئات التنظيمية المحلية

الفرع الأول

مجلس الشورى الولائي

المادة 38: مجلس الشورى الولائي هيئة شورية على مستوى الولاية ويتشكل من ممثلي البلديات والمؤسسات والكفاءات وفق ما يحدده النظام الداخلي للحركة.

المادة 39: مهام وصلاحيات مجلس الشورى الولائي:

- السهر على تنفيذ قرارات الحركة وتطبيق قوانينها.
- انتخاب رئيس المكتب التنفيذي الولائي ونائبه ورئيس مجلس الشورى الولائي ونائبه.
- تزكية أعضاء المكتب التنفيذي الولائي.
- المصادقة على برنامج المكتب التنفيذي الولائي وميزانيته السنوية بعد المداولة والإثراء.
- المداولة في القضايا التي تعرض عليه.
- تقييم وتوجيه الأعمال التي تقوم بها مؤسسات الحركة على المستوى الولائي.
- وضع نظام سيره الداخلي.
- تكوين لجان مؤقتة أو دائمة حسب الحاجة.
- تشكيل لجنة إثبات العضوية.
- تشكيل الهيئة الولائية للانضباط.
- مناقشة وإثراء جدول الأعمال المقترح والمصادقة عليه.

- إعفاء رئيس المكتب الولائي أو رئيس مجلس الشورى الولائي ونوابهما من مهامهما بموافقة الأغلبية المطلقة من أعضائه.
- إحالة الأعضاء على لجنة الانضباط الولائية.
- تجميد العضوية في الحركة لمدة لا تزيد عن ستة أشهر.
- يمكنه اتخاذ الإجراءات التي يراها مناسبة في حالة عدم المصادقة على تقرير المكتب السنوي.
- يرفع تقريرا عن كل دورة إلى المكتب التنفيذي الوطني.
- اعفاء أي عضو من أعضاء المجلس بموافقة الأغلبية المطلقة من أعضائه.

المادة 39 مكرر: ينتخب مجلس الشورى الولائي الهيئة الولائية للانضباط تتولى النظر في الطعون المتعلقة بالعقوبات والإجراءات التأديبية.

المادة 40: يعقد مجلس الشورى الولائي جلسته الأولى بدعوة من المكتب التنفيذي الوطني وتحت إشرافه، ينتخب خلالها رئيس مجلس الشورى الولائي ونائبه ورئيس المكتب الولائي ونائبه.

الفرع الثاني

المكتب التنفيذي الولائي

المادة 41: المكتب التنفيذي الولائي هو هيئة تنفيذية تنبثق عن مجلس الشورى الولائي ويتكون من:

- رئيس المكتب التنفيذي الولائي.
- نائب الرئيس مكلف بالعلاقة مع المجتمع المدني.
- أمين ولائي مكلف بالتنظيم والهياكل.
- أمين ولائي مكلف بالتربية والتكوين. والدعوة
- أمين ولائي مكلف بالإدارة المالية والوسائل.

- أمين ولائي مكلف بالمنتخبين والتنمية المحلية.
- أمين ولائي مكلف بالإعلام والإتصال.
- أمين ولائي مكلف بالمرأة وشؤون الأسرة.
- أمين ولائي مكلف بالجامعات والعمل الطلابي
- أمين ولائي مكلف بالشباب والعمل الجمعوي.

المادة 42: مهام وصلاحيات المكتب التنفيذي الولائي:

- السهر على تنفيذ السياسة العامة للحركة على المستوى الولائي والبلدي والمؤسسات التابعة لها.
- تنفيذ قرارات وتوصيات الهيئات العليا التابعة الحركة.
- تنفيذ قرارات وتوصيات مجلس الشورى الولائي.
- إعداد البرنامج والميزانية السنوية وعرضهما على مجلس الشورى الولائي للإثراء والمصادقة.
- متابعة المكاتب التنفيذية البلدية والمكاتب التأسيسية ومكاتب المجموعات ومؤسسات الحركة.
- السهر على تطبيق قوانين الحركة ولوائحها.
- إحالة الأعضاء على الهيئة الولائية للانضباط.
- يعرض تقاريره على مجلس الشورى الولائي في اللقاءات الدورية للمجلس للمناقشة والمصادقة.
- يحضر مشروع جدول أعمال دورات مجلس الشورى الولائي بالتنسيق مع رئيس مجلس الشورى الولائي.
- يعرض القضايا التي تستعصي عليه على مجلس الشورى الولائي للبت فيها.
- إنشاء لجان فرعية أو متخصصة دائمة أو مؤقتة.
- دراسة اهتمامات ومقترحات القاعدة التنظيمية للحركة ورفعها إلى الهيئات العليا.
- دعوة مجلس الشورى الولائي للانعقاد بالتنسيق مع رئيسه.

- رفع تقريرا سنويا إلى المكتب الوطني.
- الاهتمام بتربية المجتمع ونشر الدعوة
- العناية بالتنمية المحلية.
- متابعة الجماعات المحلية.
- تأسيس ومتابعة الأسر والمجموعات والمكاتب البلدية والمكاتب التأسيسية البلدية ومكاتب المؤسسات.
- فتح فضاءات جديدة ورعايتها وتهيئتها تنظيميا.
- يشرف على تحديد الهيكلة عبر بلديات الولاية.
- اعتماد رؤساء المجالس والمكاتب البلدية على ضوء المحاضر الانتخابية وإعفاؤهم.

الفرع الثالث

الجمعية العامة

المادة 43: الجمعية العامة هيئة بلدية تضم الأعضاء المنخرطين في البلديات والمنتخبين في المجلس البلدي في البلديات التي يقل عدد الملتزمين المهيكلين بها تربويا عن مائة وخمسون (150) عضوا.

المادة 44: يشكل مجلس شورى بلدي في البلديات التي يتجاوز عدد الملتزمين المهيكلين بها تربويا مائة و خمسون(150) عضوا.

المادة 45: تعتمد مجالس الشورى البلدية بقرار من المكتب الوطني استنادا إلى تقارير المكاتب التنفيذية الولائية.

الفرع الرابع

المكتب التنفيذي البلدي

المادة 46: المكتب التنفيذي البلدي هيئة تنفيذية على المستوى البلدي تنبثق عن الجمعية العامة البلدية أو المجلس الشوري البلدي وتتكون من رئيس ونائب وأعضاء تحدد مهامهم وصلاحياتهم في النظام الداخلي.

المادة 47: يتكون المكتب التنفيذي البلدي من:

- رئيس المكتب التنفيذي البلدي
- نائب الرئيس مكلف بالعلاقات مع المجتمع المدني.
- أمين بلدي للتنظيم.
- أمين بلدي التربية والتكوين والدعوة
- أمين بلدي للإدارة والمالية.
- أمين بلدي للإعلام والإتصال.
- أمين بلدي للمرأة وشؤون الأسرة.
- أمين بلدي للطلبة والشباب

الفرع الخامس

مكتب المجموعة

المادة 48: المجموعة هي مجموع المنخرطين على مستوى حيز جغرافي محدد من تراب البلدية كالأحياء والقرى والمناطق النائية.

المادة 49: يسير المجموعة مكتب مكون من:

- رئيس المجموعة مكلف بالتربية والتكوين والدعوة.
- نائب رئيس مكلف بالإدارة والتنظيم والمالية.
- أمين مجموعة مكلف بالإعلام.
- أمين مجموعة مكلف بالمرأة وشؤون الأسرة.
- أمين مجموعة مكلف بالطلبة والشباب والعمل الجمعوي.

الفرع السادس

الأسـرة

المادة 50: الأسرة هي أصغر وحدة تنظيمية في الحركة تمارس العملية التربوية بمختلف مراحلها.

المادة 51: يمكن إنشاء مكاتب تأسيسية بلدية يحدد مهامها وصلاحياتها وكيفية تشكيلها النظام الداخلي.

المادة 52: تتكيف هيكلة الحركة مع التقسيم الإداري المعتمد رسميا أو ما تراه مناسبا لها.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة

من خلال هذا المبحث قمنا بمعالجة إحصائية لمحاور الاستبيان، وذلك بالاعتماد على برنامج SPSS وMicrosoft Excelو Microsoft Word من أجل التحليل الدقيق لبيانات الاستمارة ورسم الجداول والأشكال الموضحة لها، ومن ثمة قمنا بعرض وتحليل النتائج التي توصلنا إليها والإجابة على الإشكالية وتساؤلات الدراسة.

ثبات أداة الدراسة:

تم التحقق من وضوح العبارات من خلال عرضها على أساتذة محكمين، حيث تم تعديل بعض البنود وإضافة بنود أخرى، حيث أصبحت جاهزة للتطبيق، وبهدف التحقق من صدق المقياس وثباته تم حساب معامل الثبات Cronbach Alpha الفاكرونباخ، وبلغ معامل الثبات 0.83 وهو قيمة عالية من الثبات.

كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لمعرفة الآراء والاتجاهات أفراد العينة، وبحسب قيمة المتوسط الحسابي يمكن قياس اتجاه أفراد العينة:

من 1 الى 1.80	في اتجاه غير موافق تماماً
من 1.81 الى 2.60	في اتجاه غير موافق
من 2.61الى 3.40	في اتجاه محايد
من 3.41الى 4.20	في اتجاه موافق
من 4.21الى 5.00	في اتجاه موافق تماماً

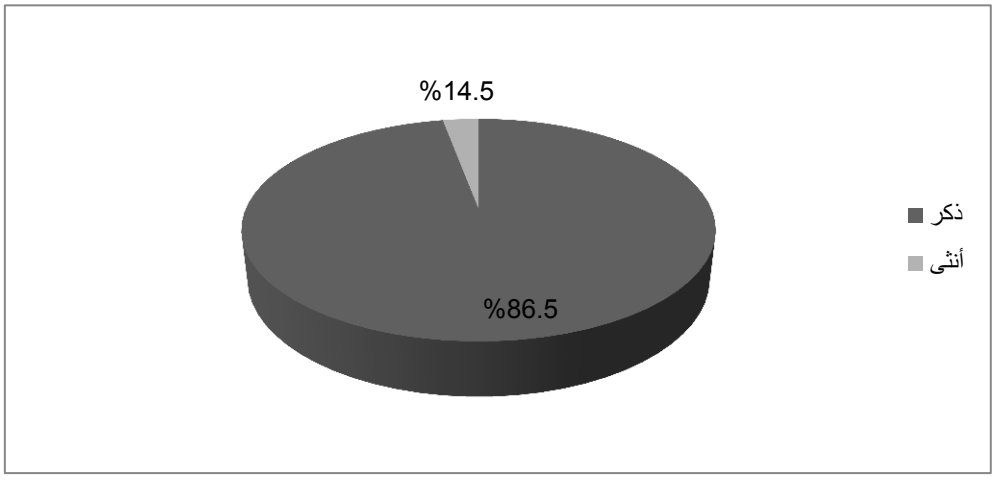
لقياس درجة التجانس والتشتت في إجابات المبحوثين، تم احتساب قيمة الانحراف المعياري، بحيث كلما اقتربت درجته من الصفر كلما قل التشتت وزاد التجانس.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول 01: يبين نتائج توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	106	%86.5
أنثى	18	%14.5
المجموع	124	%100

يتبن لنا من خلال الجدول رقم 01 أنَّ المنتسبين في مكتب حزب حركة مجتمع السلم المسيلة غالبيتهم من الذكور وبنسبة كبيرة 86.5%، أما نسبة الإناث فكانت 14.5%. الفراق الكبير في نسبة المنتسبين من الذكور على الإناث، يفسره طبيعة العمل السياسي الشاق، كما أن توجه الحزب الإسلامي يمثل له عمل المرأة في حقل السياسة موضوعاً حساساً.

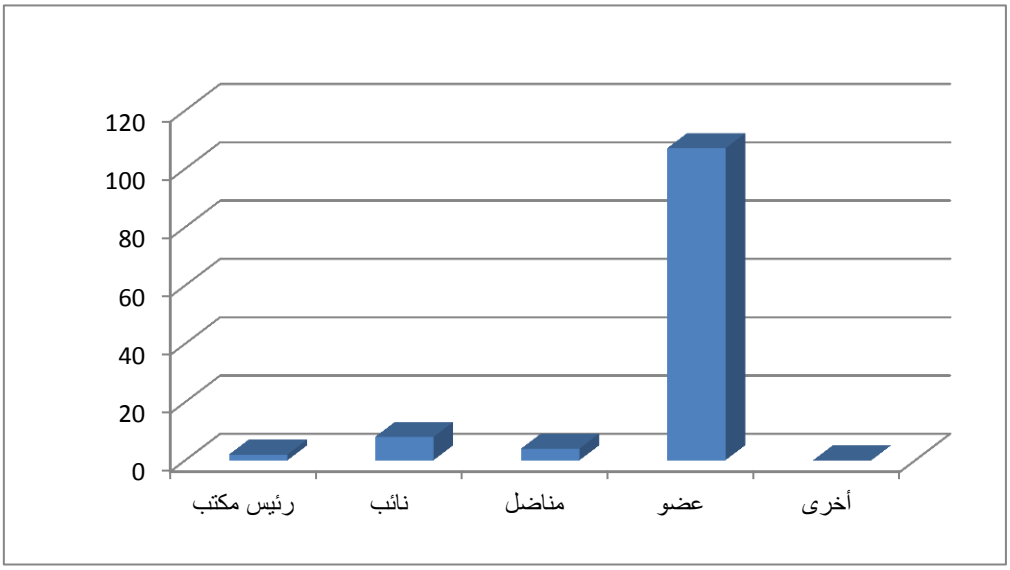


الشكل 01: يبين نتائج توزيع افراد العينة حسب الجنس

الجدول 02: يبين نتائج توزيع افراد العينة حسب المسؤولية داخل الحزب

المسؤولية	التكرار	النسبة المئوية
رئيس مكتب	2	%1,6
نائب	8	%6.5
مناضل	4	%3.2
عضو	107	68.4
أخرى	3	%2.4

يتبين لنا من خلال الجدول 02 أنَّ افراد العينة المدروسة من مكتب حزب حركة مجتمع السلم هم أعضاء 68.4% بـ107 عضو وبنسبة 68.4% فيما كان 2 منهم رؤساء مكتب و8 مناضلين. ويعتمد الحزب على الاعضاء في تنظيم النشاطات الاتصالية والتظاهرات السياسية التي يقوم بها

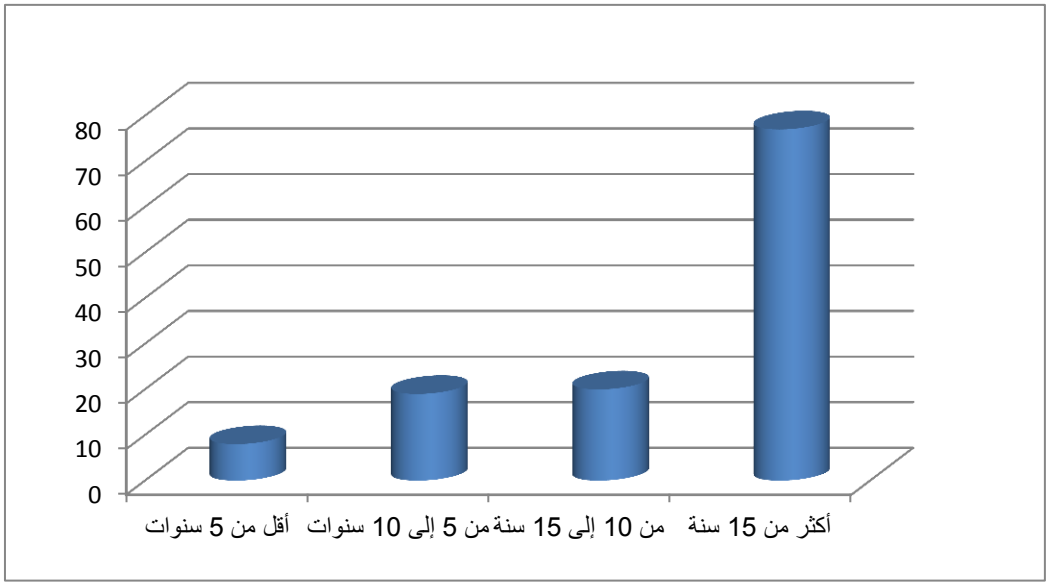


الشكل 02: يبين نتائج توزيع الأفراد حسب المسؤولية في الحزب

الجدول 03: يبين نتائج توزيع افراد العينة حسب سنوات الانخراط

سنوات الانخراط	التكرار	النسبة المئوية
اقل من خمس سنوات	8	%6.5
من 5 الى10 سنوات	19	%15.3
من 10 الى 15 سنة	20	%16.1
اكثر من 15 سنة	77	%62.1

من خلال الجدول 03 و الشكل 03 يتوضح لنا ان غالبية افراد العينة المدروسة من منتسبي مكتب حزب حركة مجتمع السلم لديهم أكثر من 15 سنة من الانخراط وبنسبة 62.1% و 77 تكراراً، أما من لديهم من 10 إلى 15 سنة فهم 20 فرداً من العينة، فيم اكانت نسبة الذين لديهم اقل من حمس سنوات انخراط فهم 6.5% و 15.3% منهم لديهم من 5 غلى 10 سنوات انخراط.



الشكل 03: يبين نتائج توزيع افراد العينة حسب سنوات الانخراط

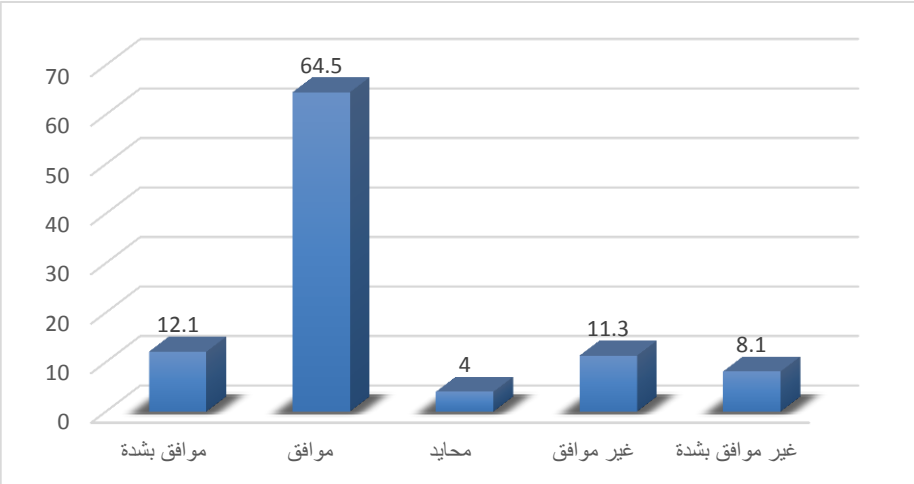
المحور الثاني: الاتصال في مكتب حزب حركة مجتمع السلم بولاية المسيلة

جدول رقم 04: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 01

العبارة 1: يعتمد مكتب الحزب على أنماط الاتصال الرسمية				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	15	12,1	3,61	0,981
موافق	80	64,5		
محايد	5	4		
غير موافق	14	11,3		
غير موافق بشدة	10	8,1		

من خلال الجدول رقم 4 نلاحظ أن 64,5% أي 80 فرد من أفراد العينة المدروسة وافقوا أن أنماط الاتصال المعتمدة داخل الحزب رسمية، ويعتمد هذا النوع من الاتصال على المذكرات والتقارير والخطابات والاجتماعات الرسمية، ويعتمد هذا النوع من الاتصال على التنسيق الجيد في العمل و النشاطات التي يقوم بها الحزب.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 3,61 في اتجاه موافق . أما قيمة الانحراف المعياري 0,981 أكدت على عالية من التجانس و التوافق بين إجابات المبحوثين.

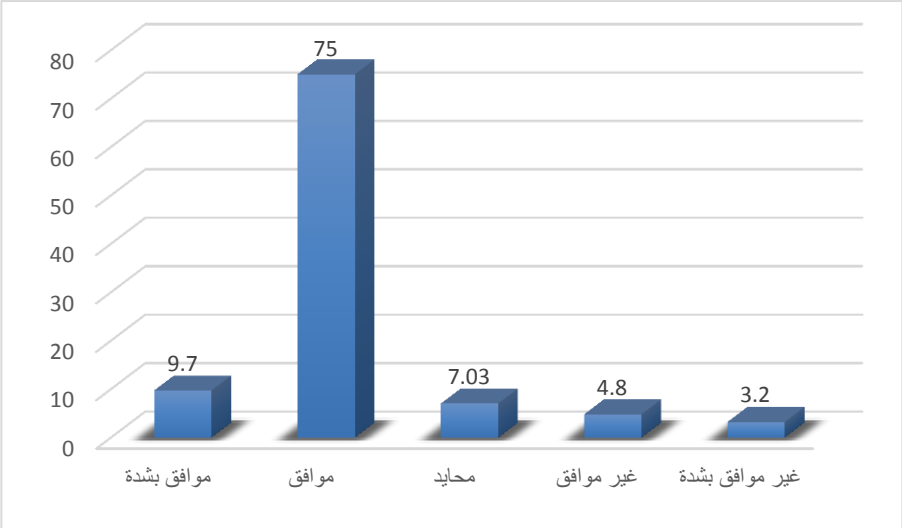


الشكل 04:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 01

جدول رقم 05:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 02

العبارة02: يعتمد مكتب الحزب على أنماط الاتصال غير الرسمية				
	التكرارات	النسب المئوية%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	12	9,7	3,83	0,897
موافق	93	75		
محايد	09	7,03		
غير موافق	06	4,8		
غير موافق بشدة	04	3,2		

يبين لنا الجدول 5 أن 75% من المنتمين لحزب حركة مجتمع السلم وافقوا على العبارة 02، يعتمد مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة على أنماط الاتصال غير الرسمية، و يتميز هذا النوع من الاتصال بعدم الاعتماد على الطريقة التقليدية في تبادل المعلومات، قيمة المتوسط الحسابي 3,83 في اتجاه موافق ما يؤكد ميل المنتمين لمكتب الحزب لهذا النمط من الاتصال كونه يزيد من سرعة انتقال المعلومات و تسيير عملية التفاوض مع التنظيمات الاخرى، و قيمة الانحراف المعياري 0,897 عبرت عن درجة عالية من التجانس بالنسبة للإجابات.

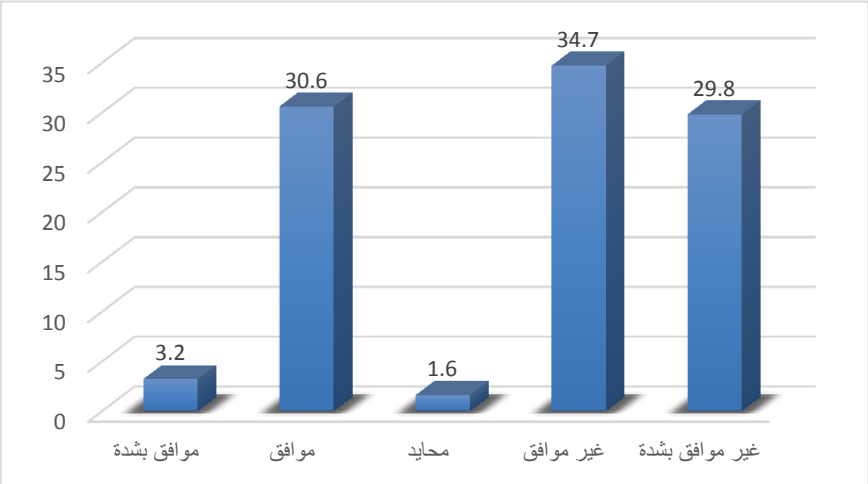


الشكل 05: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 02

جدول رقم 06:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 03

العبارة 03: الاجتماعات الدورية مع أعضاء المكتب وسيلة الاتصال الاساسية للحزب				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	4	3,2	2,43	1,332
موافق	38	30,6		
محايد	02	1,6		
غير موافق	43	34,7		
غير موافق بشدة	37	29,8		

وفقا لمعطيات الجدول رقم 6 يتبين لنا أن نتائج الاجابات كانت موزعة على غير موافق ب 34,7 % وعلى غير موافق بشدة بنسبة 29,8 % و موافق بنسبة 30,6 % فيما يخص عبارة: الاجتماعات الدورية مع أعضاء المكتب وسيلة الاتصال الأساسية و تعتبر الاجتماعات وسيلة هامة يلتقي فيها أعضاء لتبادل وجهات النظر وطرح النقاشات والمستجدات حول حزب حركة مجتمع السلم. بلغت قيمة المتوسط الحسابي 2,43 ما يؤكد أن المبحوثين لا يرون في الاجتماعات الدورية أنها الوسيلة الأساسية للاتصال بين أعضاء حزب حركة مجتمع السلم. قيمة الانحراف المعياري 1,332 كانت معبرة عن التشتت في الاجابات بالنسبة للمبحوثين.



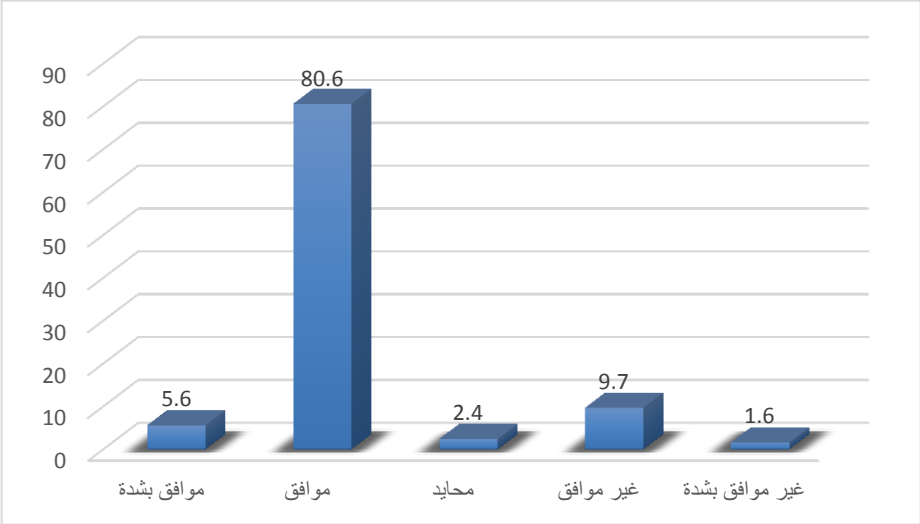
الشكل رقم 06:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 03

جدول رقم 07: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 04

العبارة 04: يتم الاتصال باللجنة المركزية عن طريق المراسلات				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	7	5,6	3,79	0,879
موافق	100	80,6		
محايد	03	2,4		
غير موافق	12	9,7		
غير موافق بشدة	02	1,6		

من بيانات الجدول رقم 7 نلاحظ أن 80% من المدروسين أجابو بموافق على أن المراسلات هي وسيلة الاتصال المعتمدة للتواصل مع اللجنة المركزية للحزب كونها وسيلة تستعمل بصفة منتظمة و أداة اتصال مباشرة و هي تتكون من الخطابات العادية و التلغرافات و البطاقات و هي وسيلة اتصال رسمية.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 3,79 اكدت اتجاه المبحوثين بموافق على العبارة 4، أما قيمة الانحراف المعياري كانت 0,879 فعبرت عن مدى التجانس بين الاجابات.



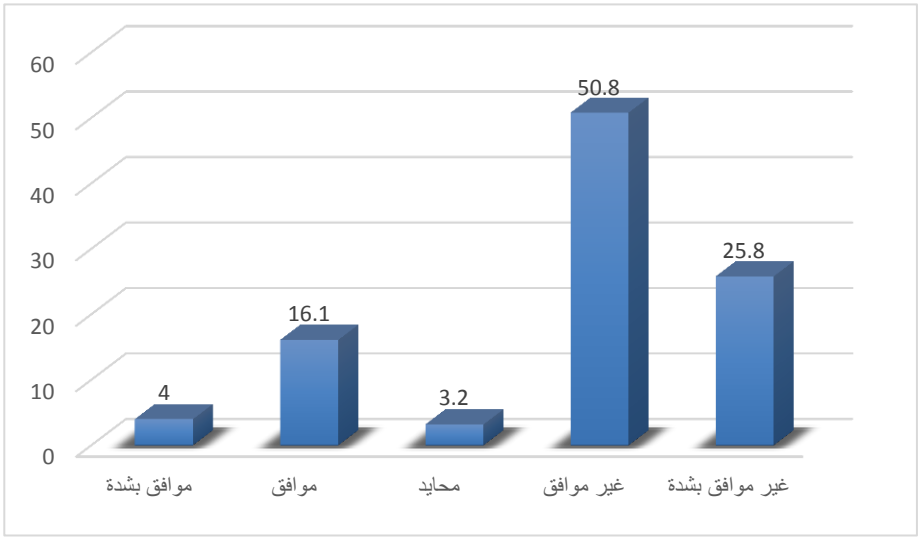
الشكل رقم 07: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 04

جدول رقم 08:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 05

العبارة 05: يتم الاعتماد على الشبكة الالكترونية كوسيلة رئيسية للاتصال بين أعضائه				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	5	4	2,22	0,997
موافق	20	16,1		
محايد	4	3,2		
غير موافق	63	50,8		
غير موافق بشدة	32	25,8		

يتوضح من خلال إجابات المبحوثين المبينة في الجدول رقم 8 أن 50,8%منهم غير موافقون على أن الشبكة الالكترونية لحزب حركة مجتمع السلم وسيلة رئيسية للاتصال بين أعضائه في حين أن 25,8% غير موافقين بشدة على مضمون العبارة رقم 5.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 2,22 في اتجاه غير موافق ما يعكس عدم تحكم اعضاء مكتب حركة مجتمع السلم بالمسيلة في تقنيات هذه الوسيلة الحديثة. قيمة الانحراف المعياري 0,997 عبرت عن تجانس الأفراد في استجابتهم للعبارة 5.



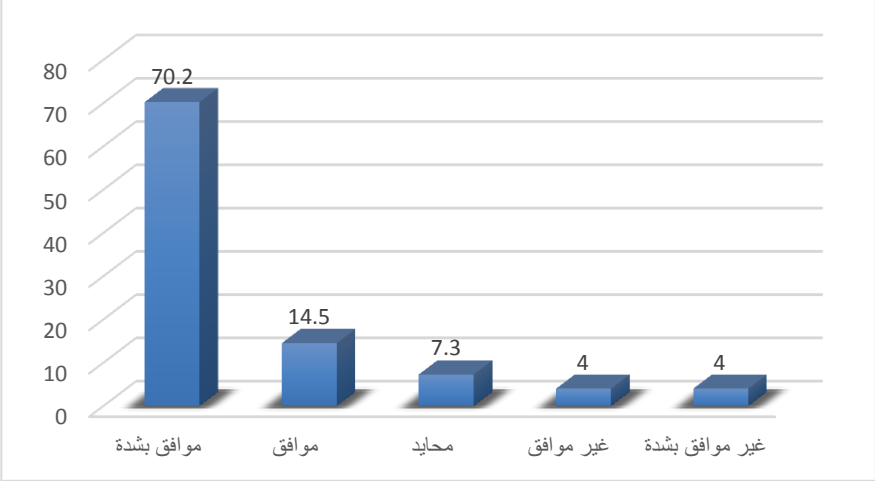
الشكل رقم 08:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 05

جدول رقم09: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 06

العبارة 06: تتم اجتماعات أعضاء مكتب الحزب بصفة دورية				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	87	70,2	4,43	0,880
موافق	18	14,5		
محايد	9	7,3		
غير موافق	5	4		
غير موافق بشدة	5	4		

نستنتج من خلال النتائج المحصل عليها من إجابات المدروسين أنه يتم عقد اجتماعات دورية بين أعضاء مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة حيث أفاد 70% منهم بإجابات موافق بشدة على العبارة6.

قيمة المتوسط الحسابي للعبارة كانت 4,43 في اتجاه موافق بشدة، و هو ما يؤكد نظرة أعضاء الحزب إلى أهمية الاجتماعات الدورية التي يعقدها مكتب الحزب لمناقشة نشاطاته و ابداء آرائه و تبادل وجهات النظر التي من شأنها توجيه و تعزيز النشاط الاتصال للحركة. قيمة الانحراف المعياري بلغت 0,880 كمؤشر إلى تجانس و توافق الاستجابات حول هذه العبارة.



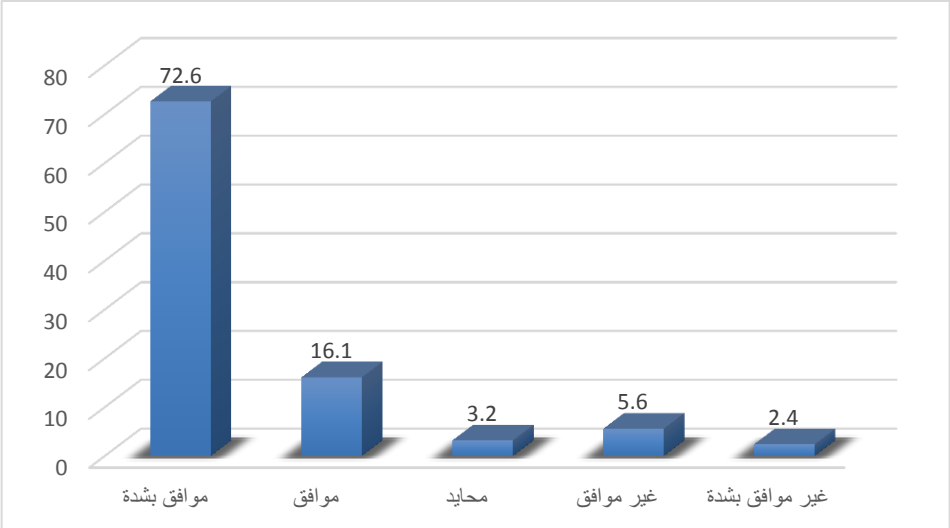
الشكل رقم09: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 06

جدول رقم 10: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 07

العبارة 07: تتم اجتماعات أعضاء مكتب الحزب أثناء المناسبات الرسمية و الانتخابات				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	90	72,6	4,51	0,775
موافق	20	16,1		
محايد	4	3,2		
غير موافق	7	5,6		
غير موافق بشدة	3	2,4		

من خلال ملاحظتنا للنتائج المبينة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن 72,6% (90 تكرار) من أفراد العينة وافقوا بشدة على العبارة 7 التي تفيد بأنهيتم عقد اجتماعات بين أعضاء مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة أثناء المناسبات الرسمية و الانتخابات.

بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4,51 في اتجاه موافق بشدة حيث توضح الاهمية التي تأخذها الاجتماعات المنعقدة في المناسبات الرسمية و الانتخابات للحزب و ضرورتها في الدورات الانتخابية لتسطير البرامج الانتخابية واختيار قوائم المرشحين لها.



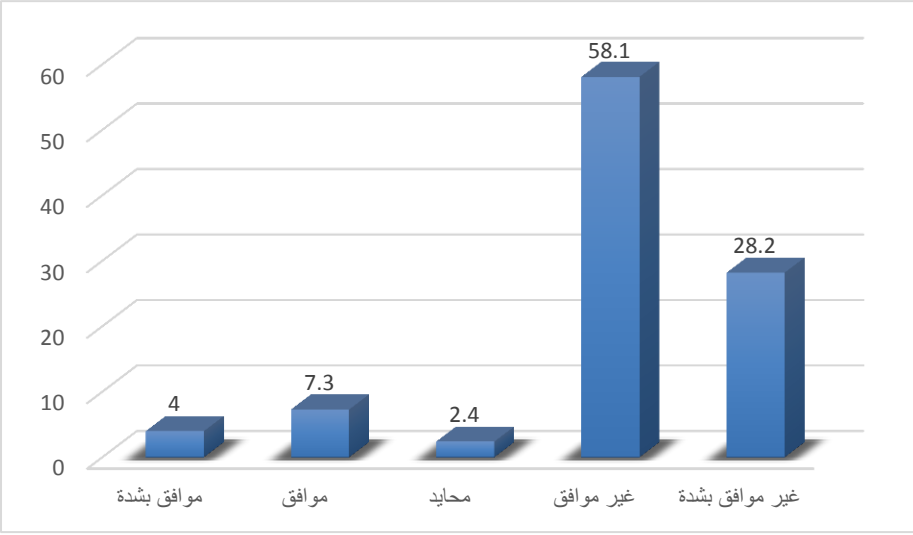
الشكل 10: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 07

جدول رقم 11: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 08

العبارة 08: يقوم مكتب الحزب بالاتصال و التنسيق بن مكاتب الأحزاب الأخرى				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	5	4	2,01	0,957
موافق	9	7,3		
محايد	3	2,4		
غير موافق	72	58,1		
غير موافق بشدة	35	28,2		

من بيانات الجدول نلاحظ أن أغلب إجابات أفراد العينة كانت غير موافق بنسبة 58,1% و غير موافق بشدة بنسبة 28,2% أي أنهم يرون أن مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة لا يعتمد أي سياسة اتصال وتنسيق بين مكاتب الأحزاب الأخرى.

قيمة المتوسط الحسابي هي 2,01 في اتجاه غير موافق ما يوضح أن الحزب لا يعطي أهمية بالغة للتعاون مع مكاتب الأحزاب الأخرى المتواجدة في نفس المنطقة في إطار استراتيجية الاتصالية. قيمة الانحراف المعياري 0,957 تعبر عن درجة عالية من التجانس.



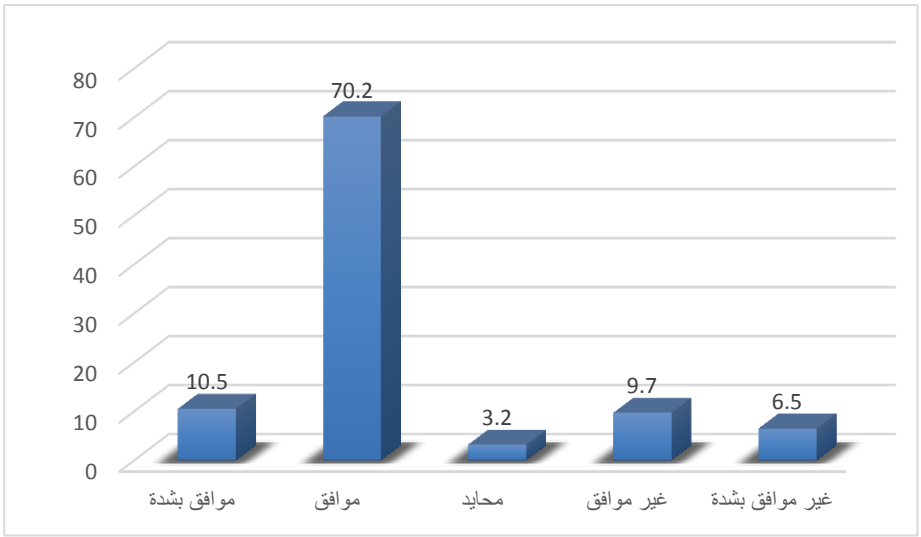
الشكل 11: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 08

جدول رقم 12:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 09

العبارة 09: يتواصل الحزب مع منظمات المجتمع المدني				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	13	10,5	3,69	0,932
موافق	87	70,2		
محايد	4	3,2		
غير موافق	12	9,7		
غير موافق بشدة	8	6,5		

يتضح لنا من خلال الجدول أن 70,2% من المبحوثين وافقوا على أن الحزب يقوم بالتواصل مع منظمات المجتمع المدني من جمعيات تطوعية و منتديات.

قيمة المتوسط الحسابي بلغت 3,69 في اتجاه موافق حيث تعتبر منظمات المجتمع المدني فاعل أساسي في المجتمع من خلال مدى تأثيرها على المجتمع و الخدمات التي تقدمها له و تأثيرها أيضا على السياسات العامة من خلال عمل الجمعيات و النقابات. قيمة الانحراف المعياري 0,932 معبرة عن درجة عالية من التوافق و التجانس في استجابات أفراد العينة.



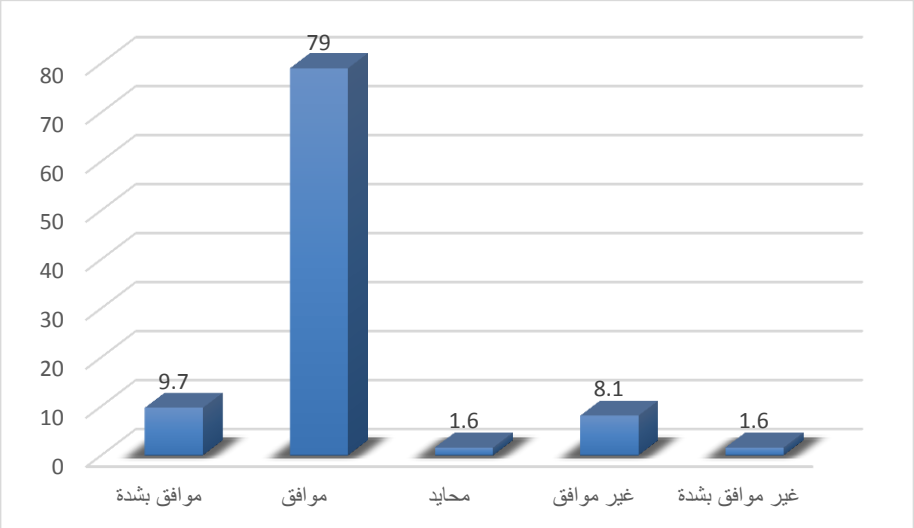
الشكل رقم 12:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 09

جدول رقم 13: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 10

العبارة 10: يتم إيصال مطالب و انشغالات الحزب للسلطات بصفة مباشرة				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	12	9,7	3,87	0,728
موافق	98	79		
محايد	2	1,6		
غير موافق	10	8,1		
غير موافق بشدة	2	1,6		

بين لنا الجدول رقم 13 أن اتجاه أغلبية أفراد الدراسة 79% يرون أن مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة يقوم بإيصال مطالبه و انشغالاته للسلطات المعنية بصفة مباشرة.

قيمة المتوسط الحسابي 3,87 كانت في اتجاه موافق أن ايصال المطالب و الانشغالات للسلطة وظيفة أساسية تعبر عن كينونة الحزب و إبراز مدى فعاليته و قيمته في الساحة السياسة و تعمل الأحزاب على تحديد و تشخيص المشاكل المختلفة الموجودة في المجتمع و الحلول التي يراها مناسبة و من ثم إيصالها للسلطات. قيمة الانحراف المعياري 0,728 عبر عن درجة عالية جدا من التجانس في استجابات المبحوثين لهذه العبارة.



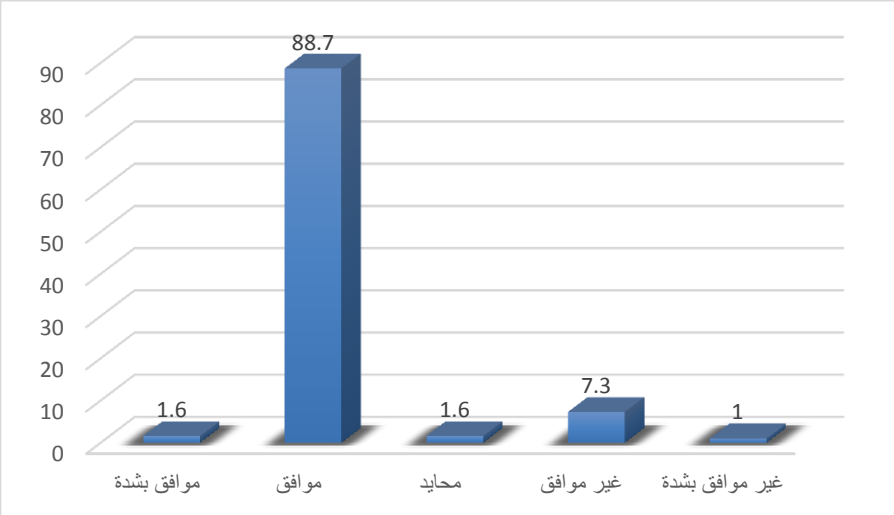
الشكل 10: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 10

جدول رقم 14: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة11

العبارة 11: يتواصل الحزب مع السلطات من خلال جمع المطالب في عرائض و إرسالها لأصحاب القرار				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	2	1,6	3,83	0,667
موافق	110	88,7		
محايد	2	1,6		
غير موافق	9	7,3		
غير موافق بشدة	1	1		

وفق معطيات الجدول رقم 14 يتضح لنا أن 88,7% من أفراد عينة البحث وافقوا على أن مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة متواصل مع السلطات من خلال جمع المطالب في عرائض وارسالها لأصحاب القرار.

قيمة المتوسط الحسابي 3,83 في اتجاه موافق حيث أن العريضة تعد أداة ضغط شعبية محلية أو دولية تقدم بالشكل المناسب و القانوني لأصحاب السلطة و القرار و هي وسيلة لإثارة اهتمام الناس بالقضايا واقناعهم و توعيتهم. قيمة الانحراف المعياري 0,667 كقيمة عالية جدا من حيث التجانس في الاستجابات.



الشكل رقم14: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة11

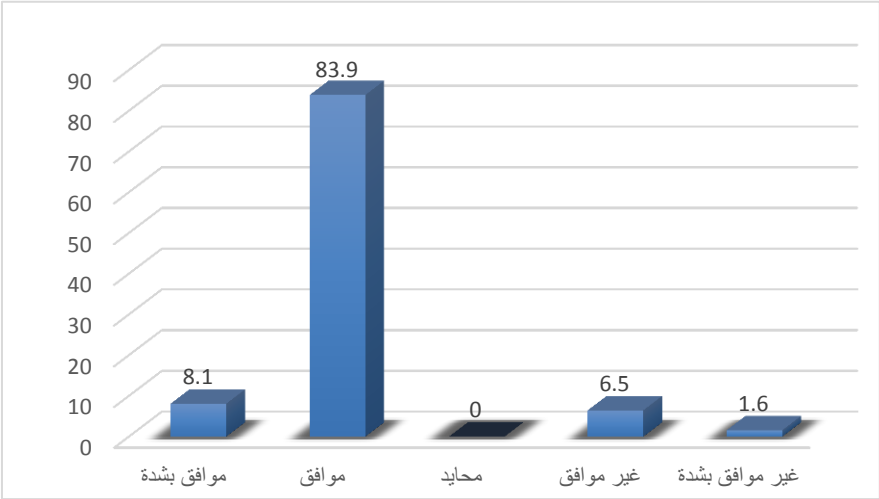
جدول رقم 15: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 12

العبارة 12: يمكن تسمية العملية الاتصالية في الحزب بالاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	10	8,1	3,90	0,657
موافق	104	83,9		
محايد	0	0		
غير موافق	8	6,5		
غير موافق بشدة	2	1,6		

تشير نتائج الجدول أن 83,9% من منتسبي مكتب حركة مجتمع السلم بالمسيلة وافقوا على أنه يمكن تسمية الجهود الاتصالية للمكتب بالاتصال السياسي.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 3,90 في اتجاه موافق ما يعني أن العمليات الاتصالية التي يقوم بها الحزب تدخل ضمن الاتصال السياسي الذي يعتبر اتصالا يتعلق مضمونه بالأشخاص المنشغلين بالسياسة وغير المنشغلين بالسياسة كالناخبين باعتباره ينقل رموز و رسائل اتصالية يقصد بها التأثير على الاتجاهات السياسية.

قيمة الانحراف المعياري كانت 0,657 كأعلى قيمة تجانس و انسجام في المحور الثاني.



الشكل رقم 15: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 12

إن استراتيجية الاتصال السياسي هي أحد ثلاث عمليات متداخلة (القيادة السياسية، التنظيمات السياسية والاتصال السياسي) و يقصد بذلك الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية و التفاعل بين المؤسسات الحكومية والسلوك السياسي لدى المواطنين.

و بالرجوع للتراث النظري نستنتج أن الاتصال السياسي هو العلم الذي يدرس مجموعة الأنشطة و الفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية الاتصالية من أجل تحقيق أهداف سياسية و هو بذلك ينصب جوره على إحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات و الآراء لدى الجمهور المستقبل لتحقيق أهداف محددة يسعى لها القائم بالعملية الاتصالية.

توضح لنا نتائج العبارة رقم 01 التي حصلت على قيمة متوسط حسابي يقدر بـ 3,61 (يعتمد مكتب الحزب على أنماط الاتصال الرسمية) و هو ما يبين عملية الاتصال في التنظيم الداخلي للحزب و تزداد هذه الأهمية في الأحزاب التي تسعى للحشد الجماهيري و من ثمة يفترض أن تنظيم هذا الحشد ضمن تنظيمات الحزب الداخلية و تختلف تنظيمات الأحزاب وفق السبل التي يطرحها لتحقيق أهدافه و بشكل عام يكون التنظيم أكثر صرامة و تكون أهمية الاتصال الرسمي كونه ينظم العلاقات الخارجية مع الأحزاب الأخرى و السلطة السياسية.

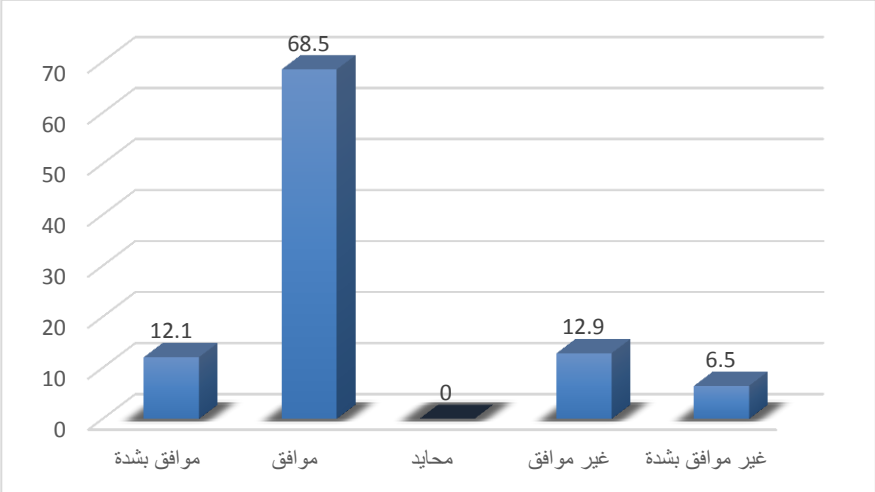
المحور الثالث: استراتيجية الاتصال السياسي في مكتب حزب حركة مجتمع السلم بولاية

الجدول رقم 16:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 13

العبارة 13: يضع الحزب استراتيجية محددة للاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	15	12,1	3,67	0,846
موافق	85	68,5		
محايد	0	0		
غير موافق	16	12,9		
غير موافق بشدة	8	6,5		

بين لنا الجدول رقم 16 أن غالبية أفراد العينة المدروسة من مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة وبنسبة 68,5 يرون أن الحزب يملك استراتيجية محددة في حين عبر في نفس الصدد 12,9% برأيهم غير موافق.

قيمة المتوسط الحسابي 3,67 في اتجاه موافق باعتبار الاتصال قضية جوهرية من ضروريات العمل السياسي و امتلاك الحزب لاستراتيجية محددة للاتصال السياسي يمكنه من إبراز اتجاهاته السياسية و يساعد في تحقيق معظم أهدافه التي يتم تحديدها في إطار التنظيم الداخلي للحزب. قيمة الانحراف المعياري هي 0,846 معبرة عن درجة عالية من التجانس في استجابات المبحوثين.



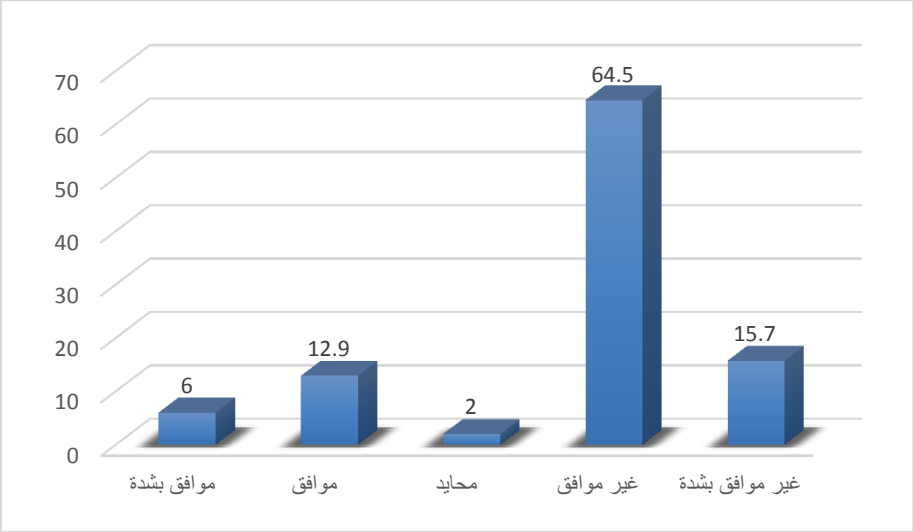
الشكل 16: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 13

جدول رقم 17: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 14

العبارة 14: تتولى خلية خاصة بالاتصال في المكتب بوضع استراتيجيات للاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	5	6	2,21	0,926
موافق	16	12,9		
محايد	1	2		
غير موافق	80	64,5		
غير موافق بشدة	22	15,7		

أجاب 64,5% من المبحوثين بغير موافق على تولي خلية خاصة بالاتصال في مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة بوضح استراتيجية للاتصال السياسي في حين أجاب 12,9% بموافق على العبارة 14.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 2,21 في اتجاه غير موافق و هذا ما يوضح حسب رأيهم أن خلية الاتصال بالمكتب غير نشطة. وهو الدور المنوط بخلية الاتصال في كل هيئة و مؤسسة مهما كانت نوعية نشاطاتها والميدان الذي تنشط فيه قيمة الانحراف المعياري 0,926 عبرت على درجة عالية من التجانس في استجابات المعنيين بالدراسة.



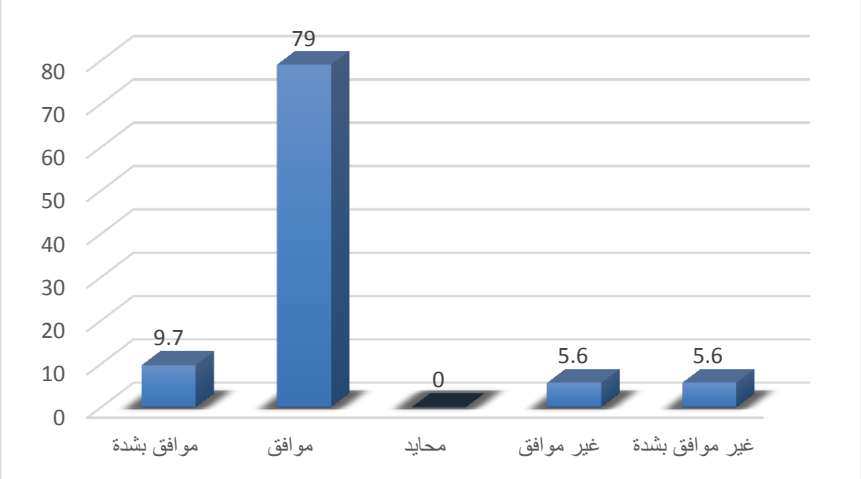
الشكل 17: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 14

جدول رقم 18: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 15

العبارة 15: يعتمد مكتب الحزب على وسائل الإعلام لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	12	9,7	3,81	0,898
موافق	98	79		
محايد	0	0		
غير موافق	7	5,6		
غير موافق بشدة	7	5,6		

يوضح الجدول أن 79% من أفراد العينة وافقوا على أن مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة يعتمد على وسائل الاعلام لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي.

قيمة المتوسط الحسابي هي 3,81 في اتجاه موافق و هذا راجع للأهمية التي تحضى بها وسائل الإعلام بالنسبة للأحزاب في عملية التعبئة لكسب التأييد و تحسين صورة الحزب لدى الرأي العام و تمرير رسائله المعارضة أو المؤيدة و الرد على التساؤلات و الانشغالات المطروحة ما يوضح اعتماد مكتب الحزب على هذه الوسائل في إطار تطوير استراتيجية اتصاله. قيمة الانحراف المعياري 0,898 كقيمة عالية من التجانس في استجابات المبحوثين على العبارة رقم 15.



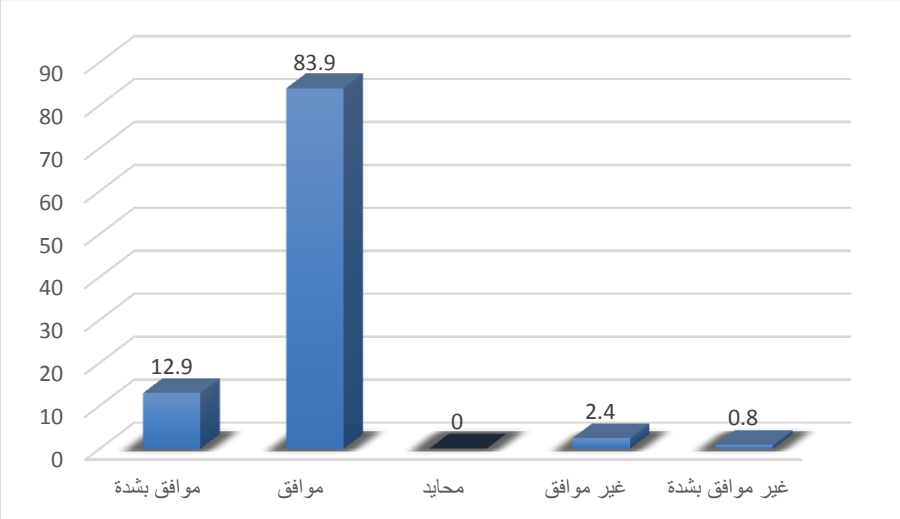
الشكل 18: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 15

جدول رقم19: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 16

العبارة 16: يستهدف مكتب الحزب المواطنين في استراتيجية الاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	16	12,9	4,06	0,886
موافق	104	83,9		
محايد	0	0		
غير موافق	3	2,4		
غير موافق بشدة	1	0,8		

وفقا لمعطيات جدول رقم 19 فإن 83,9% من أفراد العينة المدروسة يعتبرون أن مكتب الحزب في إطار استراتيجية الاتصال السياسي يستهدف المواطنين في حين كانت الإجابات غير موافق و غير موافق بشدة كانت منخفضة بنسبة 2,4% و 0,8%.

قيمة المتوسط الحسابي هي 4,06 في اتجاه موافق و هنا نستنتج أن الحزب كغيره من الأحزاب يستهدف من خلال اتصاله السياسي المواطنين للتأثير عليهم و على ميولاتهم وتوجهاتهم السياسية وجذبهم نحو برامج الحزب ليكسب أعضاء جدد. قيمة الانحراف المعياري هي 0,886 و التي تعتبر كقيمة عالية للتفاوت في استجابات المبحوثين



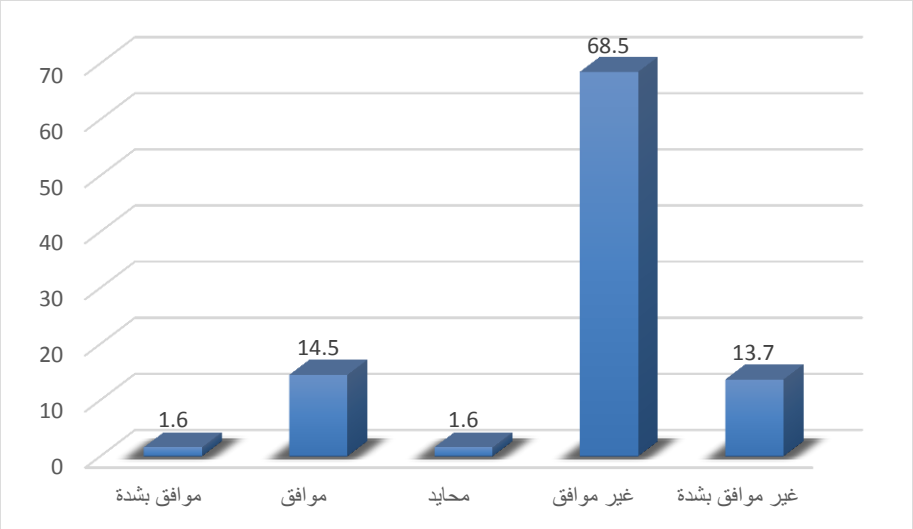
الشكل رقم19: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 16

جدول رقم 20: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 17

العبارة 17: تستهدف استراتيجية الاتصال السياسي مكاتب الأحزاب الاخرى و منظمات المجتمع المدني				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	2	1,6	2,22	0,997
موافق	18	14,5		
محايد	2	1,6		
غير موافق	85	68,5		
غير موافق بشدة	17	13,7		

من خلال جدول رقم 20 يتبين لنا أن 68,5% من المدروسين أجابوا بغير موافق و 13,7% بغير موافق بشدة على مضمون العبارة رقم 17.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 2,22 باتجاه غير موافق باعتبار الحزب لا يضع مكاتب الأحزاب الأخرى ومنظمات المجتمع المدني كمستهدف رئيسي في استراتيجيته الأساسية في ما يخص علاقاته الاتصالية بالأحزاب ومنظمات المجتمع المدني.قيمة الانحراف المعياري 0,997 ما يدل على القيمة العالية للتجانس في استجابات المبحوثين على العبارة رقم 17.



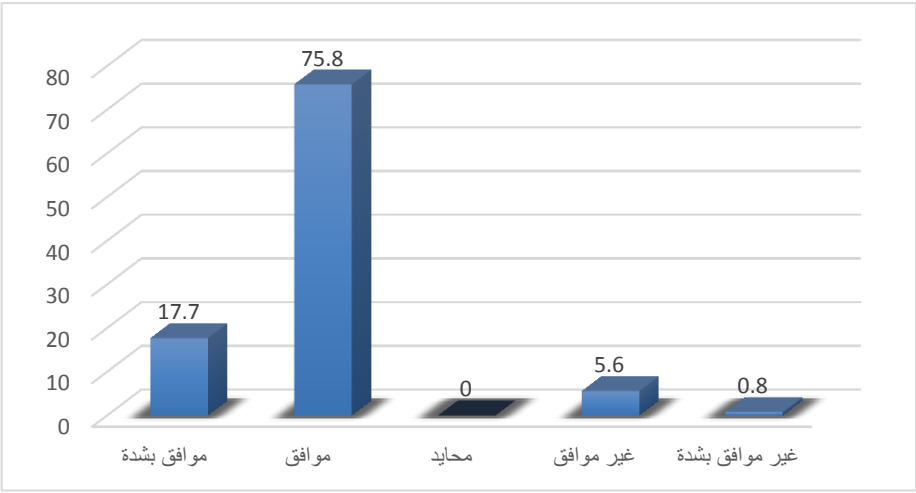
الشكل رقم 20: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 17

جدول رقم 21: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 18

العبارة 18: الوظيفة الأساسية لاستراتيجية الاتصال السياسي لدى الحزب هي التأثير على الرأي العام				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	22	17,7	4,04	0.786
موافق	94	75,8		
محايد	0	0		
غير موافق	7	5,6		
غير موافق بشدة	1	0,8		

أجاب 75,8% من المبحوثين بموافق في ما يخص الوظيفة الأساسية لاستراتيجية الاتصال السياسي لدى حزب حركة مجتمع السلم وأجاب أيضا 17,7% منهم بموافق بشدة حيث اعتبروا أن أولويات الاتصال السياسي للحزب هي التأثير على الرأي العام.

قيمة المتوسط الحساب 4.04 باتجاه موافق على العبارة 18 حيث يستعمل الحزب كل الوسائل المتاحة في سبيل التأثير على الرأي العام من مناقشة و نقد و إقناع لكسب تأييده وتكوين رأي عام وفق ما يتطابق مع أفكار ومبادئ الحزب. قيمة الانحراف المعياري هي 0,786 أي ما يؤكد على وجود قيمة توافق عالية في الاستجابات.



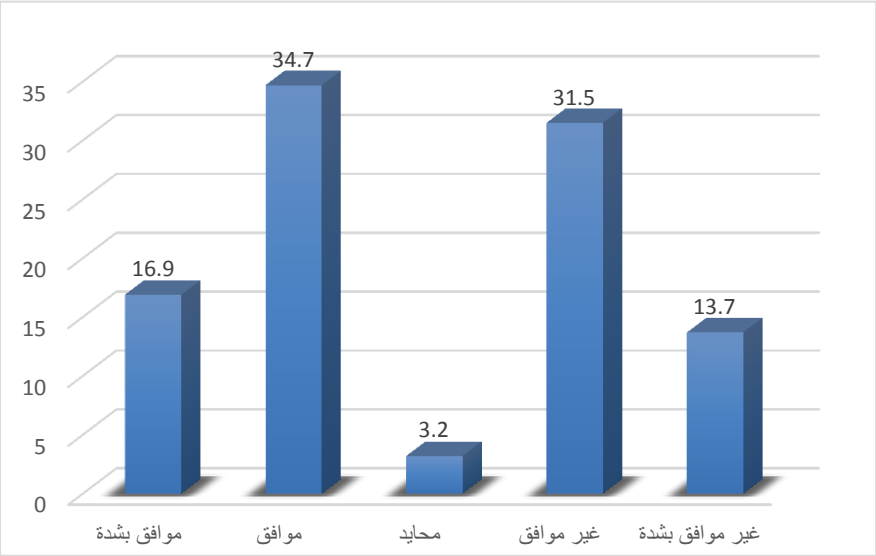
الشكل رقم 21: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 18

جدول رقم 22: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 19

العبارة 19: الهدف الرئيسي لاستراتيجية الاتصال السياسي لمكتب الحزب هو التنشئة السياسية				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	21	16,9	3,10	1,491
موافق	43	34,7		
محايد	4	3,2		
غير موافق	39	31,5		
غير موافق بشدة	17	13,7		

توزعت إجابات أفراد العينة بين موافق بشدة 16,9% وموافق 34,7% وغير موافق 31,5% وغير موافق بشدة 13,7% كون التنشئة السياسية هدف رئيسي لاستراتيجية الاتصال السياسي في حركة مجتمع السلم.

قيمة المتوسط الحسابي بلغت 3,10 باتجاه محايد و هذا لتداخل أدوار مختلف مكونات المجتمع في عمليات التنشئة وخاصة التنشئة السياسية التي تعتبر معقدة. قيمة الانحراف المعياري كانت 1,491 كقيمة ضعيفة لتجانس استجابات أفراد العينة حول العبارة رقم 19.



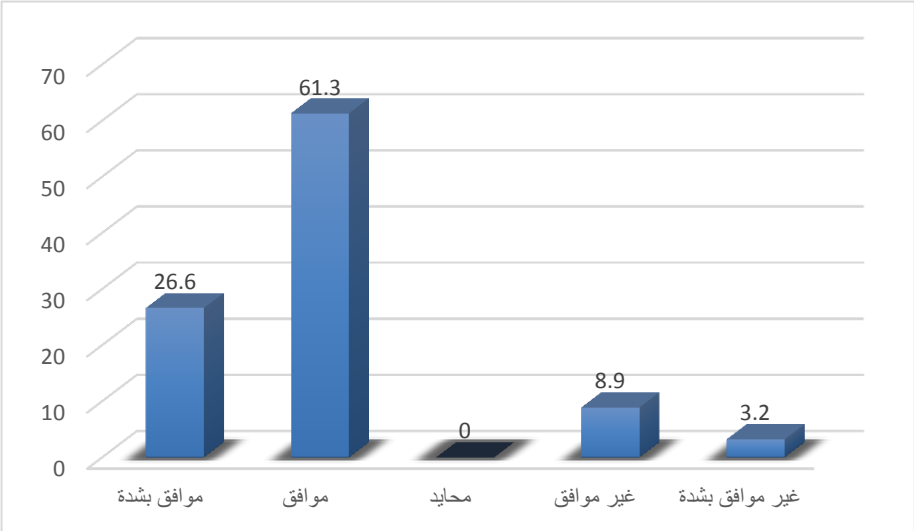
الشكل رقم 22: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 19

جدول رقم 23: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 20

العبارة 20: تهدف استراتيجية الاتصال السياسي في مكتب الحزب للمشاركة في صنع القرارات				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	33	26,6	3,99	0,992
موافق	76	61,3		
محايد	0	0		
غير موافق	11	8,9		
غير موافق بشدة	4	3,2		

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 23 أن أغلبية أفراد العينة أجابو بموافق و بنسبة 61,3 % و 2,66% منهم أجابو بموافق بشدة على مضمون العبارة 20.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 3,99 في اتجاه موافق ما يعني أن الحزب من خلال الاستراتيجية الاتصالية يهدف إلى المشاركة في صنع القرارات. يملك الحزب رؤية و سياسة واضحة يهدف من خلالها إلى تفعيل دوره في مشاركة السلطة في اتخاذ القرارات السياسية و القوانين و السياسات العامة للبلاد. قيمة الانحراف المعياري كانت 0,922 كدرجة متوسطة من التجانس.



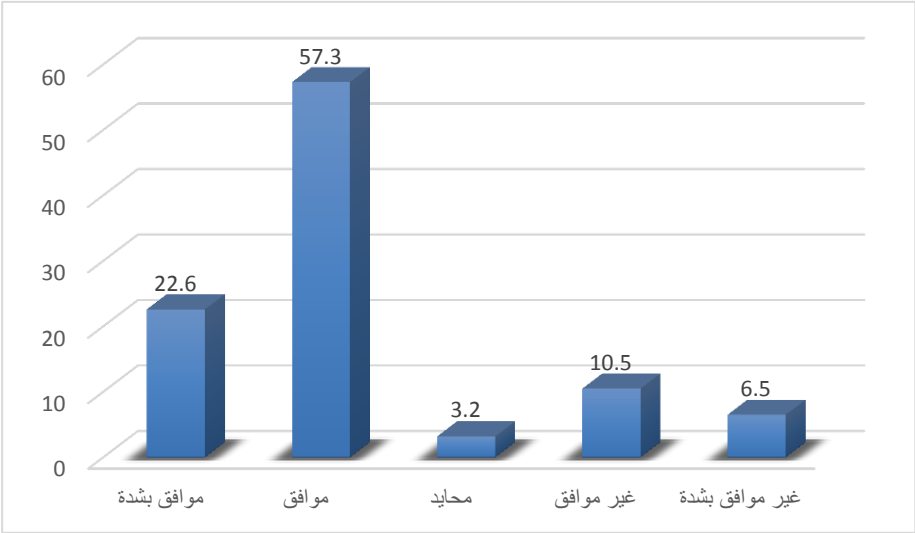
الشكل رقم 23: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 20

جدول رقم 24: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 21

العبارة 21: العمل النضالي هو الوسيلة الأساسية لاستراتيجية الاتصال السياسي داخل الحزب				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	28	22,6	3,79	0,956
موافق	71	57,3		
محايد	4	3,2		
غير موافق	13	10,5		
غير موافق بشدة	8	6,5		

يظهر الجدول أن 57,3% من المدروسين أجابوا بموافق و 22,6% أجابوا بموافق بشدة.قيمة المتوسط الحسابي 3,79 باتجاه موافق بمعنى أن العمل النضالي هو الوسيلة الأساسية لاستراتيجية الاتصال السياسي داخل حزب حركة مجتمع السلم.

النضال السياسي هو أسلوب تعبير عن التوجه السياسي و الفكري يمارسه أعضاء الحزب النشطين للتأثير على الرأي العام. قيمة الانحراف المعياري كانت 0,956 كدرجة متوسطة من التجانس.



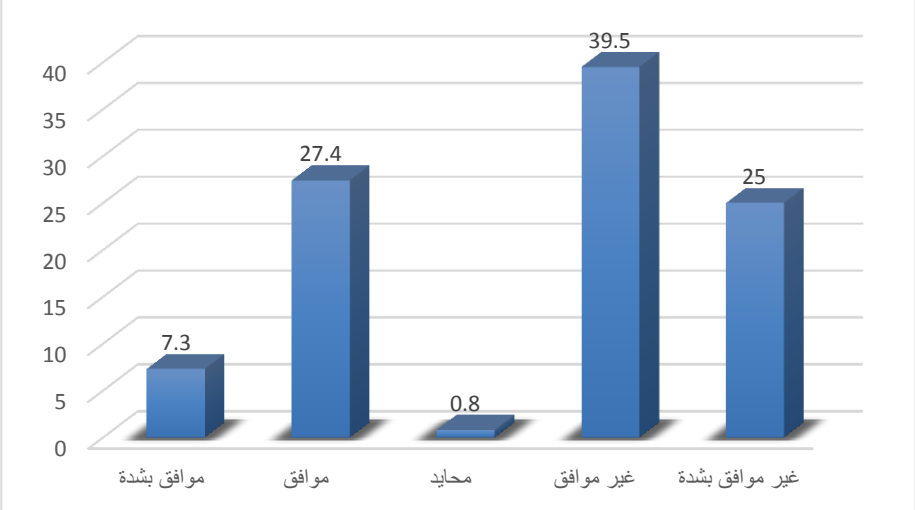
الشكل رقم 24: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 21

جدول رقم 25: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 22

العبارة 22: يستعمل الحزب وسائل اتصال جماهيرية لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	9	7,3	2,52	1,357
موافق	34	27,4		
محايد	1	0,8		
غير موافق	49	39,5		
غير موافق بشدة	31	25		

انقسمت إجابة المبحوثين بين غير موافق بنسبة 39,5% و غير موافق بشدة بـ 25% و موافق بـ 27,4% حول العبارة رقم 22 .

قيمة المتوسط الحسابي كانت 2,52 في اتجاه غير موافق يعني أن أعضاء مكتب حركة مجتمع السلم لا يرون أن الحزب لا يعتمد على وسائل الاتصال الجماهيرية لتنفيذ الاستراتيجية الاتصالية نظرا لاعتماده على علو وسائل أخرى من العمل النضالي. قيمة الانحراف المعياري 1,357 معبرة عن عدم تجانس في استجابات أفراد العينة في ما يخص العبارة 22.



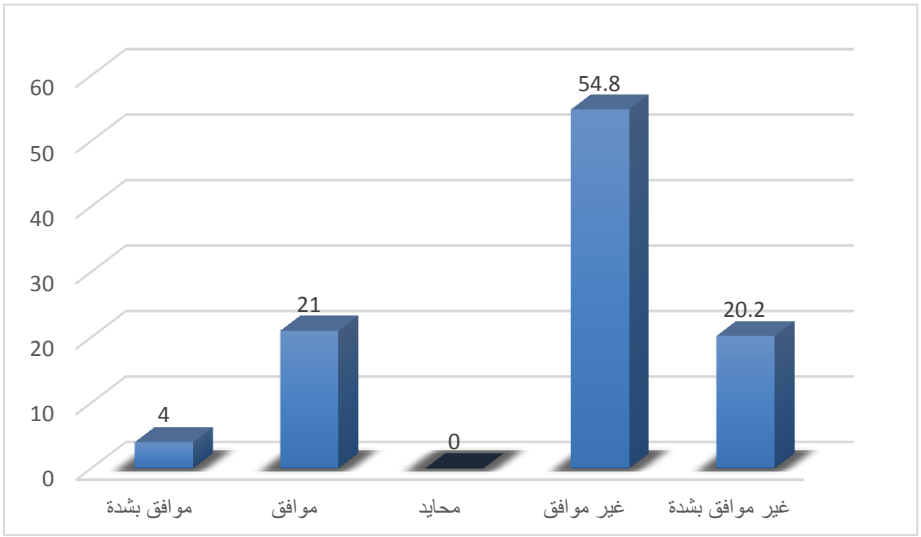
الشكل رقم 25: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 22

جدول رقم 26: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 23

العبارة 23: يعتمد الحزب على المظاهرات والاجتماعات كوسيلة لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	5	4	2,34	1,574
موافق	26	21		
محايد	0	0		
غير موافق	68	54,8		
غير موافق بشدة	25	20,2		

يتبين من خلال الجدول أن 54,8% لم يوافقوا و 20,2% غير موافق بشدة على العبارة رقم 23 في حين وافق 21% عليها.

قيمة المتوسط الحسابي هي 2,34 باتجاه غير موافق بمعنى أن أعضاء الحزب لا يرون أن حزبهم لا يعتمد على المظاهرات و الاجتماعات كوسيلة للعمل السياسي للتعبير عن نشاطاته و مواقفه. قيمة الانحراف المعياري هي 1,574 مما يعبر عن تشتت في استجابات المدروسين حول العبارة رقم 23.



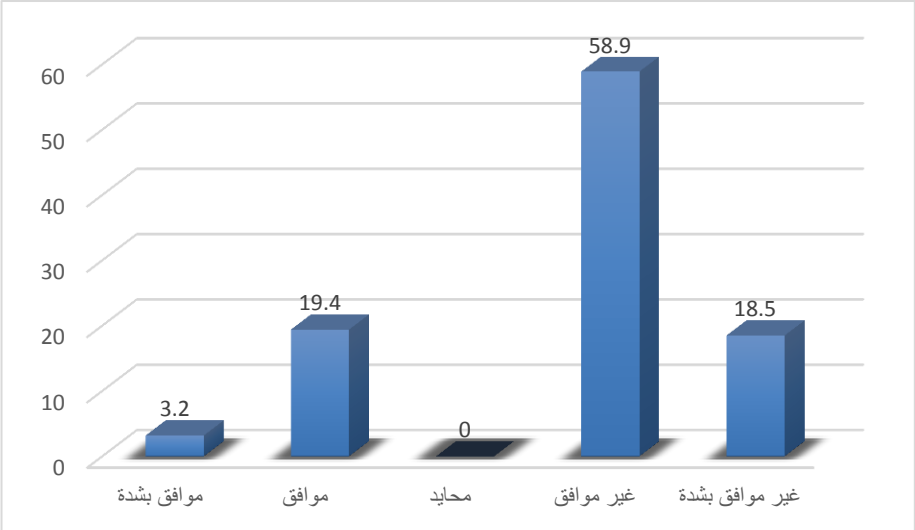
الشكل رقم 26: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 23

جدول رقم 27: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 24

العبارة 24: يتم تقييم عملية الاتصال السياسي في مكتب الحزب في الاجتماعات الدورية				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	4	3,2	2,30	0,913
موافق	24	19,4		
محايد	0	0		
غير موافق	73	58,9		
غير موافق بشدة	23	18,5		

كانت إجابة 58,9% من المبحوثين بغير موافق و 18,5% بغير موافق بشدة حول العبارة رقم 24 في حين أجاب 19,4% منهم بموافق.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 2,30 باتجاه غير موافق بمعنى أن الحزب لا يقوم بعملية تقييم لنشاطه الاتصالي رغم أن عملية التقييم تبدو مهمة خاصة في تصحيح المسار السياسي الاتصالي للحزب. قيمة الانحراف المعياري كانت 0,913 كدرجة متوسطة من التجانس و التوافق بالنسبة للعبارة رقم 42.



الشكل رقم 27: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 24

لكي تحقق الأحزاب وظيفة التأثير على الرأي العام وتكوينه فهي بالضرورة بحاجة إلى عملية اتصالية فكرية تبادلية مع البيئة المكونة للرأي العام أي مع الجماهير، هذه العملية هي ما يمكن أن نسميها بالاتصال السياسي. وتتبلور أهمية الرأي العام السياسية في توليد الضغط الشعبي على الحكومة لاتخاذ مواقف معينة و كذلك فإن اتجاهات الرأي العام توجه عناية المسؤولين السياسيين في المواضيع التي تهم المواطنين،

في دراسة للدكتور فراس أحمد صليح حول الرأي العام و أثره على تحديد التوجهات السياسية يرى الباحث أن الرأي العام يحتاج إلى الكثير من المقومات الذاتية والموضوعية ليكون قادرا على التأثير في عملية صنع القرار السياسي و إحداث تغييرات حقيقية في النظام السياسي تخدم مصالحه و تطلعاته.

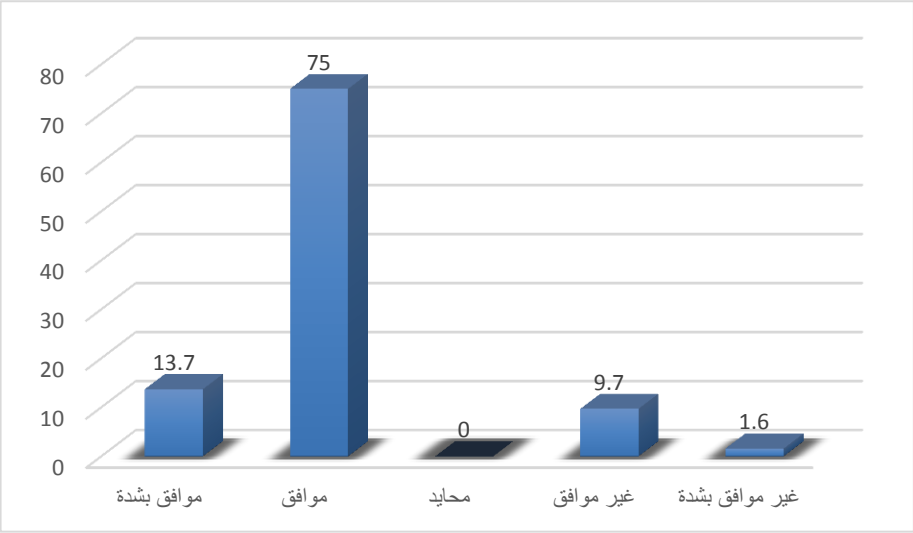
يتوضح من خلال معطيات المحور الثالث أن العبارة رقم 15 والتي مفادها أن حزب حركة مجتمع السلم يعتمد على وسائل الإعلام لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي والتي تحصلت على متوسط حسابي يقدر بـ 3,81 باتجاه موافق من قبل المبحوثين من أفراد العينة. و من هنا برزت أهمية وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام ابتداءاً من الدور التقليدي لها الذي كان يقتصر على خدمة السلطة السياسية بجميع نشاطاتها و دعم توجهاتها وتحسين صورتها أمام المجتمع و في دراسة الدكتور سعد بن سعود آل سعود (الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي)، رأى أن لوسائل الإعلام أهمية بالغة باعتبارها وسيلة فعالة في اقناع الجمهور و حمله على اعتناق سياسات الدولة و كسب تأييد الرأي العام و تطوير الوعي القومي و السياسي، كما اعتبر الباحث أن وسائل الإعلام مصدر مهم من مصادر التنشئة السياسية فهي تنمي الثقافة السياسية المتعلقة بالقضايا أو المؤسسات والأنظمة السياسية.

المحور الرابع: الاتصال السياسي والرأي العام

جدول رقم 28:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 25

العبارة 25: يقوم مكتب الحزب من الاقتراب من المواطنين لتحسين آرائهم				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	17	13,7	3,90	0,902
موافق	93	75		
محايد	0	0		
غير موافق	12	9,7		
غير موافق بشدة	2	1,6		

حازت العبارة رقم 25 على موافق بنسبة 75% و 13,7% موافق بشدة. قيمة المتوسط الحسابي كانت 3,90 باتجاه موافق حيث يهدف الحزب إلى الاقتراب من المواطنين لتحسس آرائهم ومعرفة انشغالاتهم و مطالبهم من أجل نقلها إلى السلطات المعنية. قيمة الانحراف المعياري كانت 0,902 كدرجة متوسطة من التوافق في الاستجابات حول العبارة رقم 25.



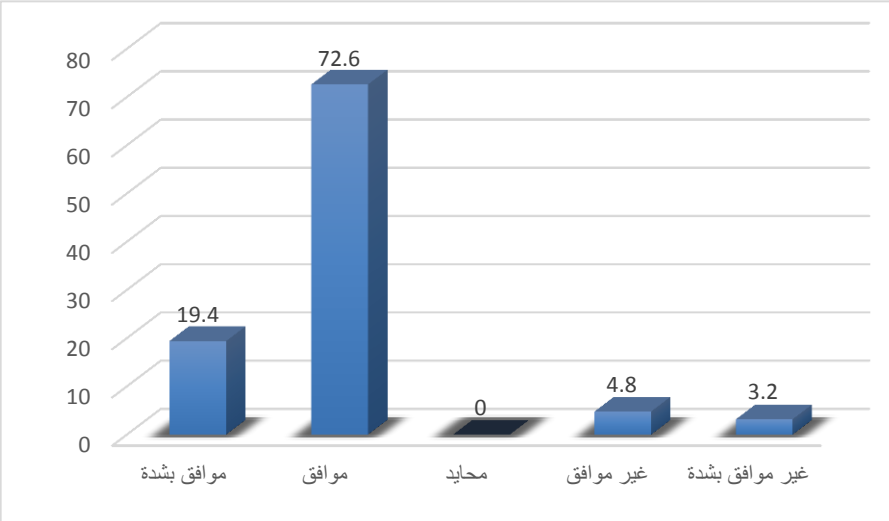
الشكل رقم 28:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 25

جدول رقم 29: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 26

العبارة 26: يعتمد الحزب على الاتصال الجمعي و التجمعات للتأثير على الرأي العام				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	24	19,4	4.00	0,889
موافق	90	72,6		
محايد	0	0		
غير موافق	6	4,8		
غير موافق بشدة	4	3,2		

بسؤال أفراد العينة عن العبارة رقم 26 تبين لنا في الجدول أعلاه إجابتهم بشكل موافق على مضمونها بنسبة 72,6% و 19,4% بموافق بشدة.

قيمة المتوسط الحسابي هي 4,00 أي باتجاه موافق حيث أن المبحوثين أكدوا على الأهمية البالغة التي يحظى بها الاتصال الجمعي في تقوية عمائد الحزب وتطوير علاقته بالرأي العام و تعزيزه على الساحة السياسية قيمة الانحراف المعياري 0,889 كدرجة عالية من التجانس في الاستجابات.

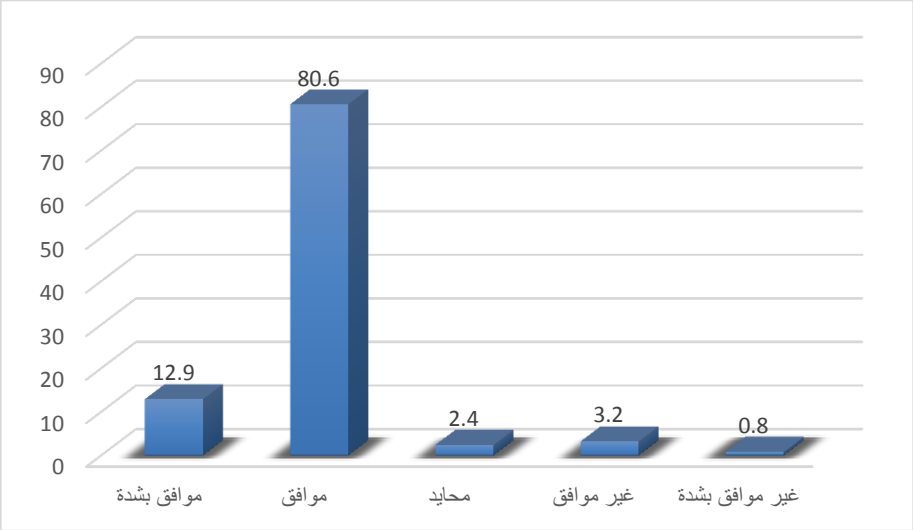


الشكل 26: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 26

جدول رقم 30: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 27

العبارة 27: يعتمد مكتب الحزب على مخطط اتصال في الانتخابات للتأثير على الرأي العام				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	16	12,9	4,02	0,735
موافق	100	80,6		
محايد	3	2,4		
غير موافق	4	3,2		
غير موافق بشدة	1	0,8		

يتبين لنا من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول رقم 30 أن 80,6% عبروا بموافق عن ما جاء في ضمن العبارة 27.قيمة المتوسط الحسابي 4,02 باتجاه موافق حيث تبين لنا من خلال ما ورد في إجابات المبحوثين أن حزب حركة مجتمع السلم يعتمد على سياسة اتصالية واضحة خاصة أثناء الحملات الانتخابية من أجل التعريف بالبرامج و الوعود الانتخابية و هذا للتجنيد و التعبئة الشعبية. قيمة الانحراف المعياري 0,735 حسب ملاحظتنا تعتبر درجة عالية من التجانس بين استجابات المدروسين.



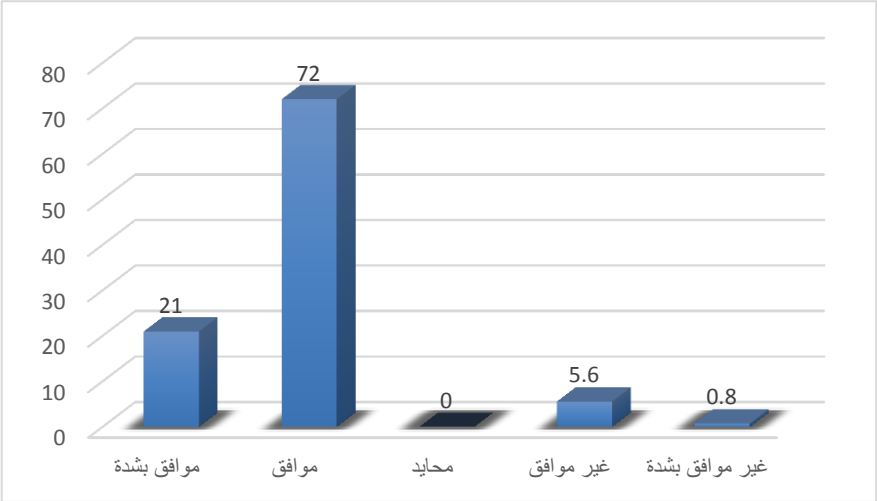
الشكل رقم 30: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 27

جدول رقم31: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 28

العبارة 28: الاتصال السياسي في مكتب الحزب مؤثر				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	26	21	4,01	0,823
موافق	90	72		
محايد	0	0		
غير موافق	7	5,6		
غير موافق بشدة	1	0,8		

بلغت نسبة الإجابة بموافق على العبارة 28 بـ 72,6% و بموافق بشدة نسبة 21% في حين أبدى 5,6% من المبحوثين بعدم موافقتهم على مضمون العبارة.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 4,01 باتجاه موافق ما يعني أن المنتسبين لحزب حركة مجتمع السلم يرون أن النشاطات الاتصالية لحزبهم مؤثرة و يأتي هذا التأثير من خلال استجابة الجمهور المستهدف للخطاب السياسي للحزب – مراقبة أعمال السلطة و التأثير على الرأي العام-. قيمة الانحراف المعياري 0,823 كدرجة عالية من التوافق في استجابات المدروسين.



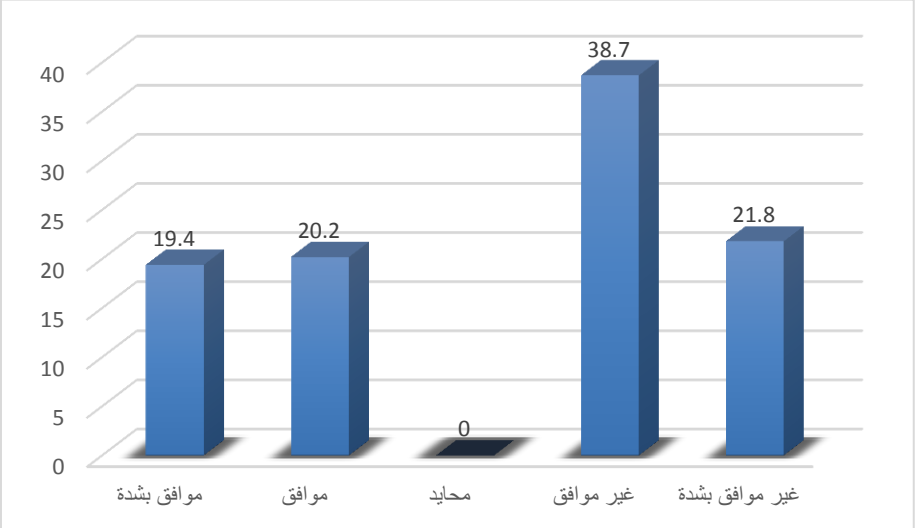
الشكل رقم31: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 28

جدول رقم 32: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 29

العبارة 29: الاتصال السياسي في مكتب الحزب محدود التأثير				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	24	19,4	2,77	1,127
موافق	25	20,2		
محايد	0	0		
غير موافق	48	38,7		
غير موافق بشدة	27	21,8		

أجاب أفراد العينة على مضمون العبارة 29 بغير موافق بنسبة 38,7% و بغير موافق بشدة بنسبة 21,8% وموافق بـ 20,2 و موافق بشدة بـ 19,4%.

قيمة المتوسط الحسابي بلغت 2,77 لتعبر عن اتجاه المبحوثين إلى غير موافق كون حزب حركة مجتمع السلم له تأثير على الرأي العام و يظهر هذا التأثير من خلال التفاعل الإيجابي و أفكار الحزب و علاقته القوية مع مؤسسات المجتمع وشرائحه المختلفة. قيمة الانحراف المعياري 1,127 كدرجة ضعيفة من التجانس و كما أن هذه النسبة الموضحة بين تشتت استجابات أفراد العينة.



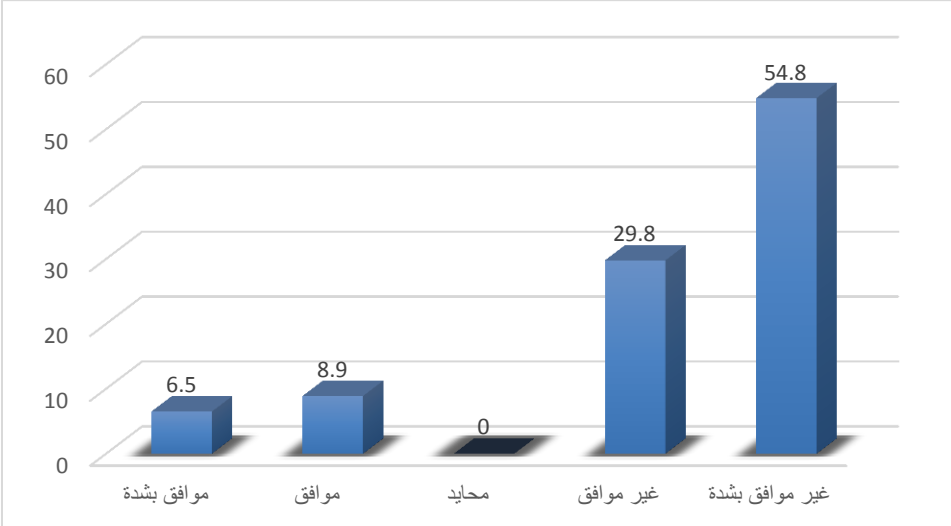
الشكل رقم 32: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 29

جدول رقم 33: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 30

العبارة 30: الاتصال السياسي في مكتب الحزب غير مؤثر				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	8	6,5	1,82	0,903
موافق	11	8,9		
محايد	0	0		
غير موافق	37	29,8		
غير موافق بشدة	68	54,8		

حسب النتائج الموضحة في الجدول رقم 33 فإن 54,8% من منتسبي حزب حركة مجتمع السلم غير موافقين بشدة على العبارة رقم 30 كما أجاب 29,8% منهم بغير موافق.

قيمة المتوسط الحسابي للعبارة هي 1,82 باتجاه غير موافق بشدة تدل على عدم تأثير الاتصال السياسي في مكتب الحزب ، و حسب ما ورد في إجابات أفراد العينة نستشف بأنهم يرون في الاستراتيجية الاتصالية بالمكتب مؤثرة سواء على المستوى الداخلي للحزب أو الخارجي مع الرأي العام. قيمة الانحراف المعياري 0,903 كدرجة متوسطة من التوافق في الاستجابات لمحتوى العبارة رقم 30.



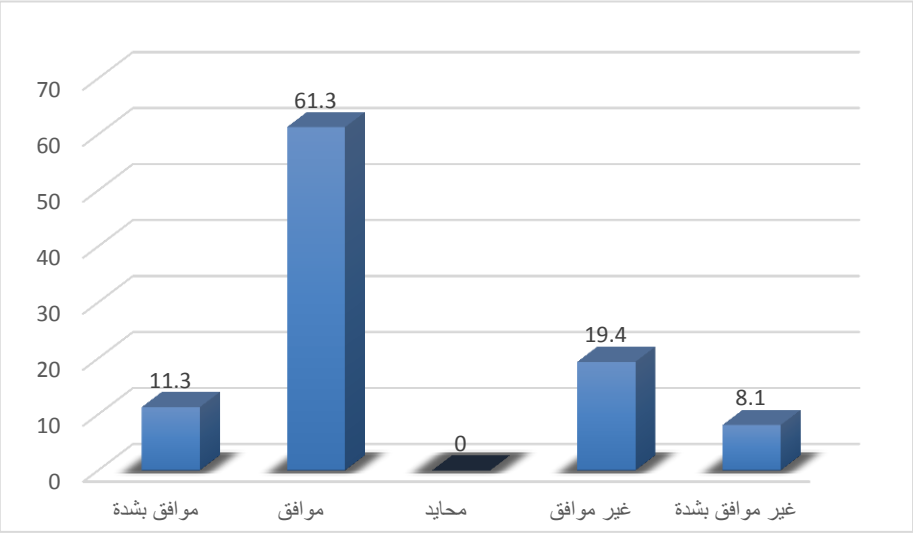
الشكل رقم 33: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 30

جدول رقم 34:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 31

العبارة 31: يعتمد الحزب على الاتصال الشخصي للتأثير على الرأي العام				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	14	11,3	3,48	0,991
موافق	76	61,3		
محايد	0	0		
غير موافق	24	19,4		
غير موافق بشدة	10	8,1		

يتوضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 61,3% من المبحوثين أجابوا بموافق على مضمون العبارة رقم 31 و11,3% بموافق بشدة و 19,4% بغير موافق.

قيمة المتوسط الحسابي كانت 3,48 باتجاه موافق و ذلك لاهتمامهم الحزب حسب أفراد العينة و اعتماد الاتصال الشخصي ضمن الاستراتيجية الاتصالية كونه اتصالا مباشرا يمكن من الاحتكاك وجها لوجه مع المتلقي وهو يعد أقوى أنواع الاتصال من حيث قوة التأثير لأن المتلقي يستطيع أن يجري حوارا و يتلقى ردودا فورية.قيمة الانحراف المعياري هي 0,991 وهذا يعبر عن درجة متوسطة من التوافق في الاستجابات.



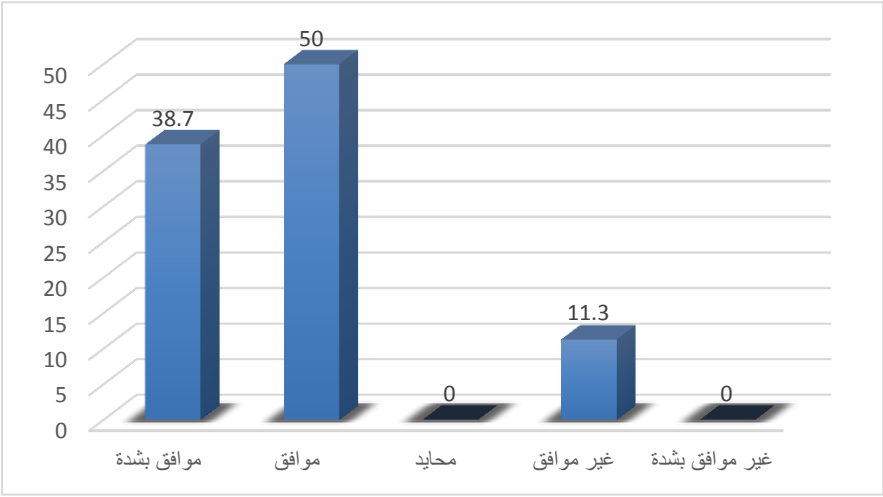
الشكل رقم 34:يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 31

جدول رقم 35: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 32

العبارة 32: يلقى العمل النضالي لأعضاء المكتب تجاوبا من المواطنين				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	48	38,7	4,16	1,175
موافق	62	50		
محايد	0	0		
غير موافق	14	11,3		
غير موافق بشدة	0	0		

يظهر الجدول رقم 35 أن 50% من المبحوثين أفادو بموافق على مضمون العبارة رقم 32 و 38,7% بموافق بشدة.

المتوسط الحسابي كان بنسبة 4,16 باتجاه موافق و هو ما يؤكد نجاح العمل النضالي الذي يقوم به أعضاء الحزب ونزولهم للساحة من أجل إقناع المواطنين بسياسة الحزب و برامجه و ذلك عبر مختلف الأنشطة التي يقوم بتكريسها والعمل على إرضاء و استمالة المواطنين. قيمة الانحراف المعياري هي 1,175 و هذا يعبر عن درجة متوسطة من الاستجابات لمحتوى العبارة رقم 32.



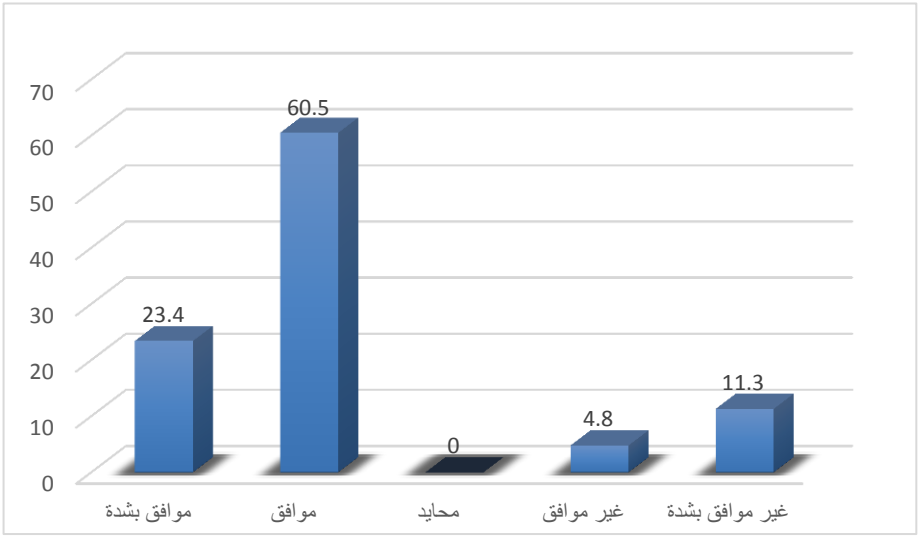
الشكل رقم 35: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 32

جدول رقم 36: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 33

العبارة 33: تنظيم التجمعات لشرح برنامج الحزب يؤثر على اتجاهات الرأي العام				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	29	23,4	3,80	0,915
موافق	75	60,5		
محايد	0	0		
غير موافق	6	4,8		
غير موافق بشدة	14	11,3		

من خلال التمعن في نتائج الجدول أعلاه تبين لنا أن 60,5% وافقوا على مضمون العبارة رقم 33 و23,4% أجابوا بموافق بشدة.

المتوسط الحسابي 3,80 باتجاه موافق وهذا يؤكد أن الحزب يستغل إقامة التجمعات لعرض برامجه السياسية كون هذه التجمعات تلقى إقبالا من المواطنين. قيمة الانحراف المعياري 0,915 بدرجة متوسطة من التوافق في استجابات المدروسين على فحوى العبارة رقم 33.



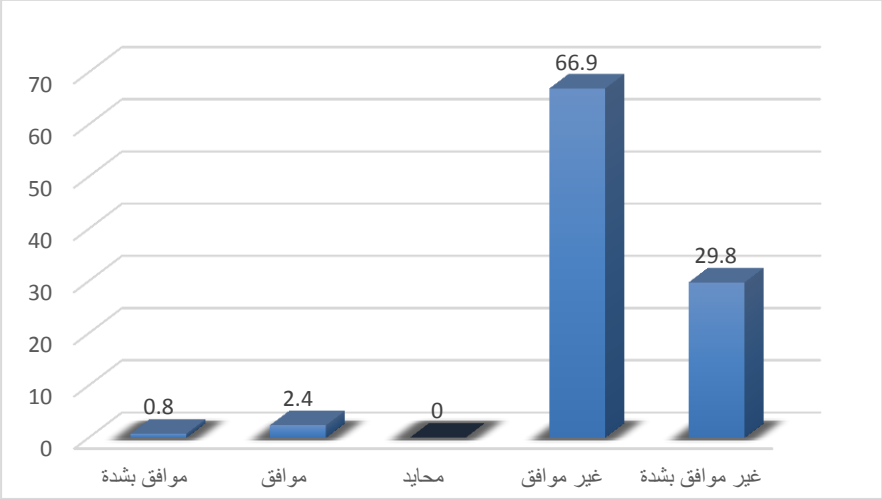
الشكل رقم 36: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 33

جدول رقم 37: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 34

العبارة 34: يعتمد مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة على عمليات سبر الآراء لشعبية الحزب				
	التكرارات	النسب المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موافق بشدة	1	0,8	1,77	0,991
موافق	3	2,4		
محايد	0	0		
غير موافق	83	66,9		
غير موافق بشدة	37	29,8		

نستشف من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات المبحوثين والمبينة في الجدول أعلاه أن 66,9% منهم أجاب بغير موافق و 29,8% بغير موافق بشدة.

المتوسط الحسابي 1,77 باتجاه غير موافق و هو ما يبرهن على أن مكتب حزب حركة مجتمع السلم لا يعتمد كثيرا على عملية سبر الآراء ضمن استراتيجيته الاتصالية في آراء الجمهور حول فعالية الحزب و سياسته الداخلية والخارجية. قيمة الانحراف المعياري 0,991 كدرجة متوسطة من التجانس في استجابات المبحوثين على مضمون العبارة رقم 34.



الشكل رقم 37: يبين نتائج إجابات أفراد العينة على العبارة 34

كما بينت نتائج العبارة رقم 32 " يلقى العمل النضالي لأعضاء المكتب تجاوبا من المواطنين" أنها حصلت على متوسط حسابي هو الأعلى في المحور يقدر بـ 4,16 في اتجاه موافق. و المناضل في الأحزاب الجماهيرية هو المنخرط النشيط فهو أكثر من مجرد عضو يملك بطاقة العضوية أو دافع للاشتراك وإنما يقوم بنشاطات عديدة، كما أنه من الصعب تقدير النشاط النضالي بعبارات رقمية حيث لا يمكن لأي باحث تأكيد أو نفي ما تصرح به الأحزاب عن عدد مناضليها.

إن المهام النضالية التي ينبغي إنجازها تترتب تقليديا وفقا لسلم الانخراط ، و يأتي في المقام الأول حضور الاجتماعات و المشاركة في نشاطات الدعاية الانتخابية ووضع الملصقات و توزيع المنشورات و في المقام الثاني يأتي العمل الهادف إلى امتلاك و تجنيد ما يبني الهوية الجماعية للحزب كالاطلاع على برامجه ومناهجه، و تعتمد الأحزاب على العمل النضالي لأنها ترى فيه الضمان لأفضل تواجد في النسيج الاجتماعي و هنا تبرر أهمية العمل النضالي في التأثير على الرأي العام.

المبحث الثالث: نتائج عامة

من خلال نتائج الدراسة يمكن أن نستخلص ما يلي:

يأخذ الاتصال حيزاً هاماً في علاقات منتسبي حزب حركة مجتمع السلم، فقد أخذت العبارة 01 التي تخص اعتماد الاتصال الرسمي في مكتب الحزب بولاية المسيلة موافقة 64.5%من أفراد عينة الدراسة، وتتجلى فائدة الاتصال الداخلي للأحزاب كونه يساهم في تنظيم العمل الجماعي وتطبيق الديموقراطية داخل أركان الحزب فقد يعمد إلى بعض الممارسات كعمليات التشاور وتبادل المعلومات داخلياً.

تشير نتائج الدراسة إلى أنَّ غالبية أفراد عينة الدراسة من منتسبي مكتب حزب حركة مجتمع السلم بولاية المسيلة وبنسبة 83.9% أسموا العمليات الاتصالية للحزب بالاتصال السياسي، واعتماداً على ما ذكر فإن الاتصال السياسي فن وعلم له علاقة بعلم السياسة، ويتميز عن الاتصال العمومي الذي غالبا ما تشتغل به الدولة والمؤسسات المتخصصة.

تمثل وظيفة تكوين الرأي العام الوظيفة الأساسية لحزب حركة مجتمع السلم، وهو ما نلمسه من إجابات العينة المدروسة، وقد جاءت نتيجة إجابتهم على العبارة 18 بمتوسط حسابي 4.04 أي في اتجاه موافق وبنسبة 75.8% موافق و 17.7 موافق بشدة، وتتبلور أهمية الرأي العام السياسية في توليد الضغط الشعبي على الحكومة لاتخاذ موقف محدد تجاه مسألة معينة، وكذلك فإن اتجاهات الرأي العام توجه عناية المسؤولين السياسيين إلى المواضيع التي تهم المواطنين.

تعتمد حركة مجتمع السلم في استراتيجيتها للاتصال السياسي على وسائل الإعلام، وهو ما نلاحظه من إجابات المدروسين من أفراد العينة، فقد أجاب 79% منهم بموافق على العبارة 15، كما تساعد وسائل الاتصال على تكوين رأي عام من خلال تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات والحقائق، ومن خلال استخدامها كقنوات للتعبير السياسي ونشر أفكار وآراء والنخبة الحاكمة والمعارضة ،وتساعد وسائل الاتصال على تغيير

الاتجاهات غير المرغوبة وتثبيت تلك المرغوبة إن العلاقة بين العمليتين السياسية والاتصالية علاقة جوهرية على نحو مميز.

يرى 80% من منسبي مكتب حركة مجتمع السلم بولاية المسيلة أن الحزب يعتمد على مخطط إتصالي في الانتخابات للتأثير على الرأي العام، والانتخابات النيابية أو البلدية وسيلة من وسائل التأثير في الرأي العام وتشكل، فرصة لتحريك وتفعيل المواطنين للمشاركة في القرارات السياسية وتحويل آرائهم إلى خيارات سياسية واقعية، وإيجاد قنوات لنقل الرأي العام من المواطنين إلى الحكومة، استقطاب وتأهيل المرشحين للمناصب التمثيلية.

من خلال ملاحظتنا لنتائج المحور الأول (الاتصال في مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة) فإن العبارة رقم 12 قد حازت على قيمة تقدر ب 3,90 ما يعي أن الحزب يضع استراتيجية واضحة للاتصال السياسي يتبعها لتحقيق أهدافه و للتأثير على الرأي العام.

من خلال تحليل نتائج المحور الثالث بعنوان " استراتيجية الاتصال السياسي بمكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة" نلاحظ أن العبارة رقم 18: " الوظيفة الأساسية لاستراتيجية الاتصال السياسي لدى مكتب الحزب هي التأثير على الرأي العام" تحصلت على متوسط حسابي يقدر بـ 4,04 باتجاه موافق

يتضح من معطيات المحور الرابع بعنوان "الاتصال السياسي و الرأي العام" أن العبارة رقم 26 "يعتمد حزب حركة مجتمع السلم على الاتصال الجمعي والتجمعات للتأثير على الرأي العام" قد تحصلت على متوسط حسابي يقدر بـ 4,00 باتجاه موافق أي أن في الاتصال الجمعي تنتقل الرسالة من شخص واحد (متحدث) إلى عدد من الأفراد يستمعون، و هو ما نسميه بالمحاضرة أو الحديث العام أو الخطبة أو الكلمة العامة و يحدث عادة من خلال المحاضرة التوجيهية أو التجمعات الجماهيرية أو المظاهرات السياسية و الحديث في الأماكن العامة.

خاتمة

خاتمة

من خلال دراستنا استنتجنا أنَّ الاتصال السياسي أحد نماذج علم الاتصال، فهو يعبر عن مجموعة من الرسائل المرسلة من جهة الحكام (رجال السلطة) إلى الناخبين بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات، خطابات، وهكذا بيَّن الاتصال السياسي بأن له هدف الهيمنة والتحكم بسلوك الجماعات. كما أنَّه النشاط السياسي الذي يقوم به الساسة والإعلاميون وأفراد المجتمع الذي يعكس أهداف سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الرأي العام والحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتنوعة.

إن التوجه الذي تنتهجه الاحزاب لخلق نوع من الجماهيرية والتأييد الشعبي لبرامجها وسياساتها يترتب عليه انتهاج سياسة اتصال مبرمجة ومنظمة تتواصل من خلالها مع هذه الجماهير، وبقدر ما كانت هذه البرامج السياسية تمتلك عمقاً شعبياً أكبر بقدر ما كانت أقرب إلى التحقيق على لواقع السياسي في بلد ما، حيث أن عملية الاتصال السياسي تساعد في بناء رأي عام شعبي ذو ثقل عظيم خلف هذه الأحزاب وبرامجها .

تتبلور أهمية الرأي العام السياسية في توليد الضغط الشعبي على الحكومة لاتخاذ موقف محدد تجاه مسألة معينة، وكذلك فإن اتجاهات الرأي العام توجه عناية المسؤولين السياسيين إلى المواضيع التي تهم المواطنين، ولهذا فإن القادة السياسيين كثيراً ما يهتمون بمعرفة اتجاهات الرأي العام لشعوبهم في مختلف القضايا .

تزداد هذه الأهمية لدى الأحزاب السياسية التي تحاول الوصول إلى أكبر قدر ممكن من القدرة على التأثير على توجهات الرأي العام، فهذه الأحزاب تسعى للوصول إلى السلطة أو على الأقل المشاركة في هذه السلطة، فهي بالضرورة بحاجة لهذا التأييد من قبل الرأي العام لمساعدتها بتحقيق ثقل سياسي يؤهلها للوصول إلى السلطة أو المشاركة بها .

لا تنتهي أهمية الرأي العام عند تحقيق الحزب لأهدافه، فهو عندما يمتلك السلطة يصبح بحاجة أكثر لضمان استمرارية التوافق مع الرغبات والتطلعات الشعبية، وبالتالي فهو بحاجة إلى الاستمرار بعملية الاتصال السياسي مع الجماهير، وقياس مدى التغيرات التي أحدثها هذا الاتصال سلباً وايجاباً لضمان الاستمرار بالتوافق مع هذه التوجهات، وبالتالي ضمان البقاء لهذا الحزب.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- **المعاجم والقواميس والموسوعات**

1.إبراهيم مصطفى وآخرون، **المعجم الوسيط**، ط 2، تركيا، دار الدعوة، 1989.

2.مُحَمَّد ابن أبي بكر الرازي: **مختار الصحاح**، مكتبة لبنان، لبنان، 1985.

3.معجم مجاني للطلاب، دار المجاني، بيروت، ، 2001.

4.عبد الوهاب الكيالي وكامل زهيري: **الموسوعة السياسية**، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1974.

5.مُحَمَّد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، مجلد 1، دار الفجر للنشر والتوزيع.

- **الكتب**

6.ابراهيم إمام: **فن العلاقات العامة**، مكتبة الأنجلو، القاهرة، مصر 1986.

7.إحسان مُحَمَّد الحسن : **الاسس العلمية لمناهج البحث العلمي** ، دار الطباعة و النشر ، بيروت ، 1982.

8.أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2005.

9.أحمد وافي: ادريس بوكرا، **النظرية العامة للدولة و النظام السياسي الجزائري في ظل دستور 1989** المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1992.

10.اسماعيل صبري: **العلاقات السياسية الدولية**، جامعة الكويت، 1979.

11. اسماعيل على سعد: **الدعاية و الرأي العام**، دار المعرفة الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2005.

12.اسماعيل علي سعد : **الرأي العام بين القوة والإيديولوجيا**، بيروت، دار النهضة العربية ،1988.

13.بلال أمين زين الدين، **الأحزاب السياسية من منظور الديمقراطية المعاصرة**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية

14.ثامر كمال مُحَمَّد الخزرجي: **النظم السياسية الحديثة و السياسات العامة**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004 .

15.جمال سلامة علي: **الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، دار النهضة العربية**، القاهرة، ط 1، 2010.

16.جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظرية الإعلام**، دار الفكر، القاهرة 1978.

17.جيهان رشتي: **الإعلام و نظرياته في العصر الحديث**، القاهرة، دار الفكر العربي، 1971.

18.خيري خليل الجميلي: **الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث**، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2001.

19.سامية عبد اللاوي: **الرأي العام و تأثيره على النظام السياسي**، دار الكتاب الجامعي، الإسكندرية، 2015.

20.سعد بن سعود بن مُحَّد بن عبد العزيز: **العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية**، الرياض، منشورات كلية الدعوة والإعلام ، 2006.

21.سعد حامد عبد العزيز قاسم، **أثر الرأي العام على أداء السلطات العامة**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.

22.سعود آل سعود: **الاتصال و الإعلام السياسي**، الرياض، دار الكتاب الحديث، 2010.

23.سعيد بوشعير: **القانون الدستوري و النظم السياسية المقارنة**، الجزائر، ط 7، الجزء 2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.

24.سليم الزغبي: **الأحزاب السياسية والبرلمان في التجربة الأردنية**، مركز الأردن الجديد للدراسات، الأردن، 1999

25.سمير مُحَّد حسين: **بحوث الإعلام الاسس المبادئ**، كلية الإعلام، القاهرة، 1986.

26.سناء مُحَّد الجيور، **الاعلام و الرأي العام المصري و العالمي**، دار أسامة، عمان، 2010.

27.سؤدد فؤاد الألوسي، وسائل الإعلام والصراعات السياسية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012.

28.صلاح مُحَّد الغوال: **مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، مكتبة غريب، القاهرة، 1999.

29.عادل فتحي ثابت: **النظرية السياسية المعاصرة**، الدار الجامعية، القاهرة، 2007.

30.عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.

31.عبد الرحمان عزي: **دراسات في نظرية الاتصال**، ط1، بيروت، 2003.

32.عبد السلام أبو قحف: **أساسيات التنظيم و الادارة**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2003.

33.عبد القادر حاتم، **الرأي العام**، دار الأنجلو المصرية، القاهرة، 1972.

34.عبد القادر حاتم، الطريق إلى الديمقراطية المعاصرة، دار القاهرة للطباعة

35.عبد اللطيف حمزة: **الاعلام و الدعاية**، دار الفكر العربي، القاهرة 1984.

36.عبد اللطيف حمزة: **المدخل في التحرير الصحفي**، دار المعارف، القاهرة، مصر 1968.

37.عبدالكريم فهد الساري, سؤدد فؤاد الألوسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013.

38.عزيزة عبده، **الاعلام السياسي و الرأي العام –دراسة في ترتيب الأولويات**–، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004.

39. عصام سليمان الموسى: **المدخل في الاتصال الجماهيري**، إثراء للنشر و التوزيع، الاردن، 2009.

40.على زغدود: **نظام الأحزاب السياسية في الجزائر، الجزائر**، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.

41.عمار بحوش: **مناهج البحث و طرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.

42.عمر صدوق: **آراء سياسية و قانونية في بعض قضايا الأزمة**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجمعية، 1995.

43.غازي اسماعيل ربابة: **المدرس بقسم العلوم السياسية بالجامعة الأردنية**، الرأي العام والعلاقات العامة، دار البشير للنشر والتوزيع، 1987.

44.فضيل دليو وآخرون: **الاتصال في المؤسسة، منشورات مخبر علم الاجتماع و الاتصال**، مؤسسة الزهراء قسنطينة 2003، ص 83-84

45. فضيل دليوا و آخرون، **الاتصال السياسي في الجزائر**، مخبر علم الاجتماع و التنمية، قسنطينة، 2010.

46.مُحَمَّد السيد فهمي: **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار الطباعة الحرة، الاسكندرية، 2002،

47.مُحَمَّد بدوي: **مناهج وطرق البحث الاجتماعي**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002.

48.مُحَمَّد حمدان المصالحة: **الاتصال السياسي مقترب نظري تطبيقي**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002.

49. مُحَمَّد شلبي: **المنهجية في التحليل السياسي** ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1997.

50.مُحَمَّد طه بدوي: **النظرية السياسية**، النظرية العامة للمعرفة السياسية، المكتب المصري الحديث، 1986.

51. مُحَمَّد عبد الغني: حسن هلال، **مهارة التوعية و الاقناع**، مركز التوجيه و التنمية، مصر، 1998.

52.مُحَمَّد عبد الملك المتوكل: **مدخل إلى الإعلام والرأي العام**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1991.

53.أحمد بدر: **الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة**، دار قباء للنشر، القاهرة، 1998.

54.مُحَمَّد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2000.

55.محمود حسن اسماعيل: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر،2003.

56.محي الدين عبد الحليم: **الاتصال بالجماهير و الرأي العام**، الأصول و الفنون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة،.

57.محي الدين عبد الحليم، **الاتصال بالجماهير**، الرأي العام، الأصول والفنون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1993.

58.مختار التهامي: **الرأي العام** مركز بحوث الرأي العام، القاهرة 2005

59.مصطفى عبد الجواد محمود: **الأحزاب السياسي في النظام السياسي الدستوري الحديث في النظام الإسلامي**، دار الفكر العربي، القاهرة 2003.

60.موريس أنجرس: ترجمة بوزيدي صحراوي، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006 ، ص 301

61.ميل فين دوفلير، ساندرابول روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1989، ص 25

62. ناجي عبد النور: **النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية الحزبية**، مديرية النشر بجامعة قالمة، الجزائر ، 2006.

63. ناصر دادي عدون، **الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية (دراسة نظرية و تطبيقية)** ، الجزائر، 2004.

64.نبيلة عبد الحليم. كامل: **الأحزاب السياسية في العالم المعاصر**، دار صنعا، القاهرة، 1977.

65.نسيب محد أرزقي: **أصول القانون الدستوري و النظم السياسية**، ج2 ، مطبعة هومه، الجزائر، 1999،

66.وليام ل.ريقرز وثيودور بيترسون، وجاي جنسن، **وسائل الإعلام والمجتمع الحديث**، ترجمة إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 287

67. يمين بودهان: **وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية الاتصال السياسي**، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3/2009، تونس 2009،

68.اليونيسكو: **أصوات متعددة و عالم واحد (الاتصال و المجتمع اليوم)**، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981.

- **الدوريات والمجلات**

69.صالح بن بوزة: **السياسة الاعلامية الجزائرية: منطلقات النظرية و الممارسات (1979–1990)**، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد14، الجزائر، 1990.

70.ليلى فيلالي، **تكوين وتوجيه الرأي العام في الحملات الانتخابية**، دورية المعيار لجامعة الأمير عبدالقادر، العدد12، قسنطينة 2005.

71.نبيلة بوخيزة: **الاتصال السياسي**، نماذج الاتصال السياسي، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة الجزائر، العدد 15، 2014.

72.نصر الدين عياضي، **إشكالية العلاقة بين الصحافة و الوعي الاجتماعي**، مجلة دفاتر معا، معهد علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، العدد1، الجزائر، 1984،

- **الأطروحات والرسائل والدراسات العلمية**

أطروحات الدكتوراه

73.سعد بن سعود بن مُحَمَّد بن عبد العزيز آل سعود: **الاتصال السياسي في وسائل الاعلام العالمية و تأثيره في المجتمع السعودي**، رسالة دكتوراه، السعودية، 2006.

رسائل الماجستير

74.توازي خالد: **الظاهرة الحزبية في الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، قسم العلوم السياسية، 2006.

75.سليمة رابحي سليمة رابحي: **الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007-2008.

76.غارو حسيبة، **دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة**، مذكرة ماجستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، سنة 2012.

77.فريد شيبوط، الإتصال الجواري: **أداة حديثة للتنمية – مقاربة نقدية لواقع الإتصال في الجزائر**، مذكرة ماجستير لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001.

78.فضلون آمال: **استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة.

79.كريمة جباري: **الإصلاحات السياسية في الجزائر: 1989-1997**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2001.

الدراسات العلمية

80.علي الدين هلال دسوقي-مُحَمَّد اسماعيل مُحَمَّد: **اتجاهات حديثة في علم السياسة**، دراسة: حسين توفيق" دراسة الأحزاب السياسية في العالم الثالث" ، اللجنة العلمية لعلوم السياسة والإدارة العامة، 1999.

القوانين

81.الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية: عدد 12، مارس 1997.

82.الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية " أمر رقم 09/97 من شوال عام 1417 الموافق لـ 6 مارس 1997 يتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية، ع 12.

83.الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: " قانون رقم 11/89 المؤرخ في 2 ذي الحجة 1409 الموافق لـ 5 جويلية 1989، يتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي"، الجريدة الرسمية، ع 27.

84.الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، أمر رقم 09/97 المؤرخ في 17 من شوال 1417 الموافق لـ 6 مارس 1997، القانون العضوي للأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية، ع 12.

85.الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1989، المادة 40.

86.الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1996، المادة 42.

المقالات المنشورة في الانترنت

87.عبد الإله بوحمالة، "**الحملة الانتخابية: فعل ديمقراطي بأدوات تواصلية**"، الحوار المتمدن، العدد 1969، 2006/12/19، http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid، 2016./03/03

88.عمر عبد الجبار: **مجتمع الدراسة وأنواع العينات**، موقع اجتماعي، http://www.ejtema3e.com ، شوهد يوم: 2015/12/12

- **المقابلات**

89.مقابلة مع رئيس قسم العلوم السياسية الأستاذ حسام الدين بوعيسى، بمكتبه، جامعة مُحَمَّد بوضياف المسيلة، يوم 2016/2/8 على الساعة 15:00، أستاذ محاضر بجامعة المسيلة، القانون الدولي.

ثانياً: المراجع باللغة الاجنبية

90.Hérve le crosnier, internet et la democratie, http://www.infounicaen.fr, 13 déc 1996 » 07/02/2016, 23 :00.

91.Jean Charlotte, les parties politiques, 2eme édition, Paris, Armond Colin, 1971.

92. Jean-Marie Denquin, Introduction a la Science Politique, hachette livre, Paris, 1992.

الملاحق

الملحق 01

استمارة الاستبيان

جامعة المسيلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

دور الاتصال السياسي لدى الأحزاب في تشكيل الرأي العام

-دراسة حالة: مكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة- 2016

من إعداد الطالب:

فرجان رياض

تحت إشراف:

د/ اسعيداني سلامي

ملاحظة :

نرجو من سيادتكم ملء الاستمارة بدقة، والإجابة عن كل سؤال بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، شاكرين تعاونكم معنا.

إن المعلومات التي تدلي بها في هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

2016/2015

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس

ذكر ☐

أنثى ☐

2- المسؤولية داخل الحزب:

رئيس مكتب ☐

مناضل ☐

عضو ☐

نائب ☐

أخرى ☐

3- سنوات الانخراط:

أقل من خمس سنوات ☐

من 5 الى 10 سنوات ☐

من 10 الى 15سنة ☐

أكثر من 15 سنة ☐

ما رأيك في العبارات التالية

الرقم	العبـــــارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المحور الثاني: الاتصال في مكتب حركة مجتمع السلم بالمسيلة						
01	أنماط الاتصال داخل مكتب حزب حركة مجتمع السلم رسمية					
02	يعتمد مكتب الحزب على أنماط الاتصال الغير رسمية					
03	الاجتماعات الدورية مع اعضاء المكتب وسيلة الاتصال الاساسية للحزب					
04	يتم الاتصال باللجنة المركزية للحزب عن طريق المراسلات					
05	يتم الاعتماد على الشبكة الالكترونية للحزب كوسيلة رئيسية للاتصال بين اعضاءه					
06	تتم اجتماعات اعضاء مكتب الحزب بصفة دورية					
07	تتم اجتماعات أعضاء مكتب الحزب أثناء المناسبات الرسمية والانتخابات					
08	يقوم مكتب الحزب بالاتصال والتنسيق مع مكاتب الأحزاب الاخرى					
09	يتواصل الحزب مع منظمات المجتمع المدني					
10	يتم إيصال مطالب وانشغالات الحزب إلى السلطات بصفة مباشرة					
11	يتواصل مكتب الحزب مع السلطات عن طريق جمع المطالب في عرائض وإرسالها إلى أصحاب القرار					
12	يمكن تسمية العمليات الاتصالية في الحزب					

	بالاتصال السياسي					
المحور الثالث: استراتيجية الاتصال السياسي بمكتب حزب حركة مجتمع السلم بالمسيلة						
13	يضع الحزب استراتيجية محددة للاتصال السياسي					
14	تتولى خلية خاصة بالاتصال في المكتب وضع استراتيجيات للاتصال السياسي					
15	يعتمد الحزب مكتب الحزب على وسائل الاعلام لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي					
16	يستهدف مكتب الحزب المواطنين في استراتيجية الاتصال السياسي					
17	يستهدف الحزب في استراتيجية الاتصال السياسي مكاتب الأحزاب الاخرى ومنظمات المجتمع المدني					
18	الوظيفة الاساسية لاستراتيجية الاتصال السياسي لدى مكتب الحزب هي التأثير عن الرأي العام					
19	الهدف الرئيسي من استراتيجية الاتصال السياسي لمكتب الحزب هي التنشئة السياسية					
20	تهدف استراتيجية الاتصال السياسي في مكتب الحزب الى المشاركة في صنع القرارات					
21	العمل النضالي هو الوسيلة الرئيسية لاستراتيجية الاتصال السياسي في مكتب الحزب					
22	يستعمل الحزب وسائل الاتصال الجماهيرية لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي					
23	يعتمد الحزب على المظاهرات والاجتماعات كوسيلة لتنفيذ استراتيجية الاتصال السياسي					
24	يتم تقييم عملية الاتصال السياسي في مكتب الحزب في الاجتماعات الدورية					
المحور الرابع: الاتصال السياسي والرأي العام						

25	يقوم مكتب الحزب بالاقتراب من المواطنين لتحسس من آرائهم					
26	يعتمد الحزب على الاتصال الجمعي والتجمعات للتأثير عن الرأي العام					
27	يعتمد مكت الحزب على مخطط اتصال في الانتخابات للتأثير عن الرأي العام					
28	الاتصال السياسي في مكتب الحزب مؤثر					
29	الاتصال السياسي في مكتب الحزب محدود التأثير					
30	الاتصال السياسي في مكتب الحزب غير مؤثر					
31	يعتمد الحزب على الاتصال الشخصي للتأثير عن الرأي العام					
32	يلقى العمل النضالي لأعضاء المكتب تجاوباً من المواطنين					
33	تنظيم التجمعات لشرح برنامج الحزب يأثر على اتجاهات الرأي العام					
34	يعتمد مكتب حزب حركة مجتمع السلم على عمليات سبر الآراء شعبية الحزب					