وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية الجزائرية

دراسة تحليلية للانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطـــــالبين:
حفناوي ريان
بلعريبي مروان

إشراف الأستاذة:
محمدي اسمهان

2026/2025

أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية الجزائرية

دراسة تحليلية للانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

إعداد الطالبين :

حفناوي ريان

بلعريبي مروان

الشهادة السابقة :

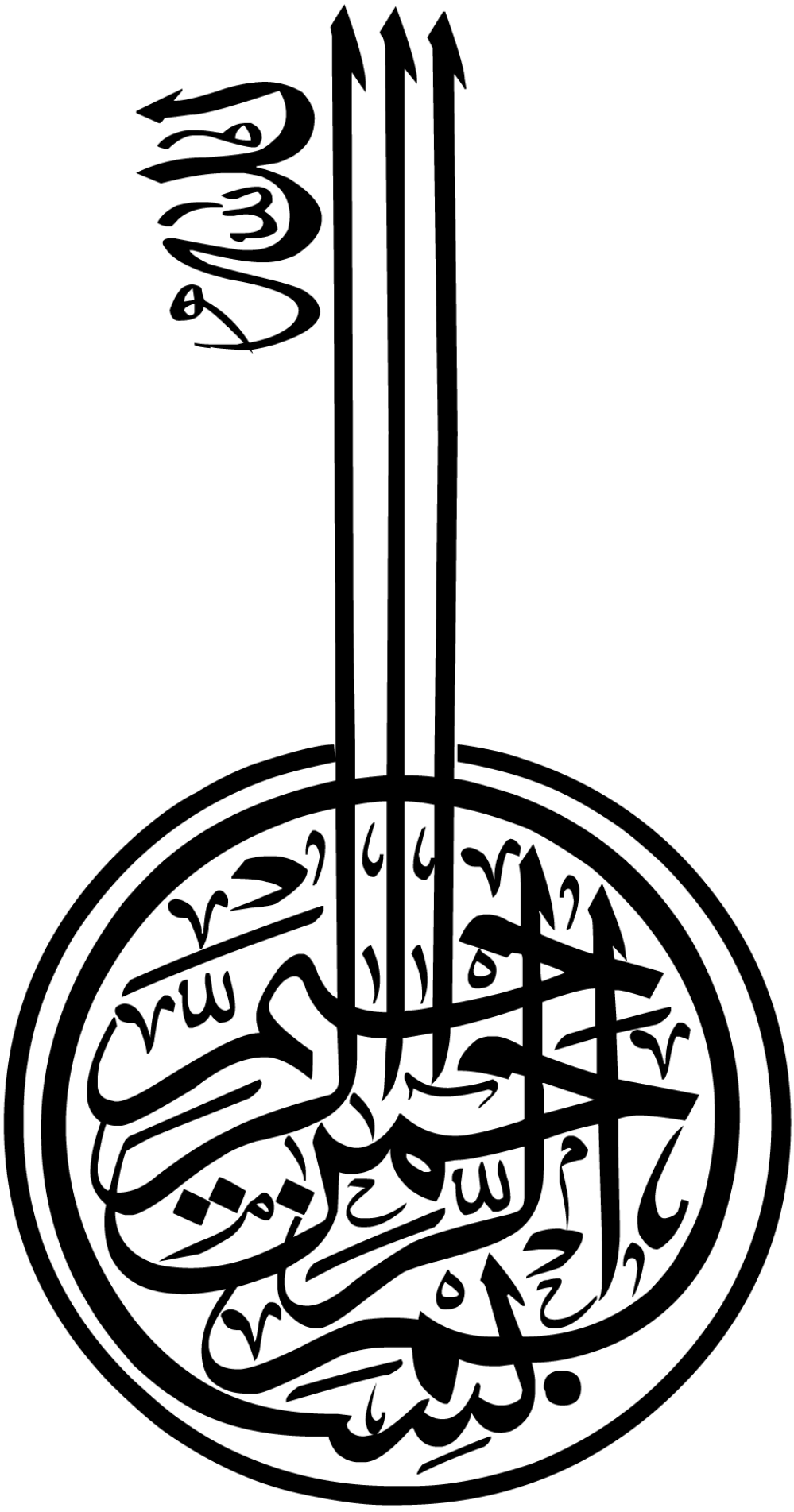
شهادة ليسانس علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة تخصص اتصال
2024

تقدم هذه المذكرة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بجامعة المسيلة

أشرف على مناقشة المذكرة :

رئيس لجنة المناقشة	لرقط حسين	أستاذ
المشرف	محمدي اسمهان	أستاذ محاضر أ
الممتحن	بلعباس عبد الحميد	أستاذ

تاريخ المناقشة : 2026-06-07



شكر وعرفان

الحمد والشكر لله الحي القيوم أولاً وأخيراً وامتثالاً لقوله ﷺ : "من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

أتوجه بجزيل الشكر وجميل العرفان للأستاذة " محمدي اسمهان " التي تكرمت بقبول الإشراف على هذه المذكرة وعلى جميع التوجيهات والملاحظات والنصائح.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بوافر التقدير والاحترام لأعضاء اللجنة المحترمين على عناء قراءة المذكرة وقبولها وتصويبها.

كذلك نتقدم بخالص الشكر الى كل من درسنا من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة وكل موظفي المكتبة وجزاهم الله خيراً.





إهداء ريان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ والحمدلله الذي وفقنا في هذا العمل المتواضع الذي أهديه لعائلتي حفناوي :

إلى من جرع الكأس فارغاً ليهديني قطرة حب إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى أبي نور دربي الذي ساندني وتعب من أجل إتمام مسيرتي الدراسية.

إلى أمي عزيزتي التي طالما رافقتني بدعائها وحرصها علي.

إلى أخي عزيزي والرفيق الأول.

إلى أختي الغالية لطالما مدت يد العون لي وتعبت من أجلي.

إلى صديقي مروان بلعريبي الذي ساندني طوال الرحلة شكراً لأنك كنت هنا.

إلى أحبتي وأصدقائي وكل من ساهم في نجاحي من قريب أو من بعيد.

2026



إهداء مروان

الحمدلله الذي يسرلنا القبول واكرمنا بالوصول و الصلاة و السلام على اشرف الخلق سيدنا محمد وعلى آله وصحبه آجمعين.

اهدي ثمرة الجهد والنجاح الى منارة حياتي و سر توفيقي والدي العزيزين، ليكون ردًا لجميل عطائكم الذي لاينتهي حفظكم الله وادامكم نورا لدربي .

الى اخوتي وأختي الغالية حفظهم الله عزوجل، والى كل عائلة آل بلعريبي الكريمة الذين كانوا لي خير ملجأ وسند في كل محطة من محطات هذا المشوار.

إلى من تقاسمت معه عناء الدراسة وشغف النجاح، صديقي الغالي ريان حفناوي شكرًا لأنك كنت دائمًا هنا، أهدي إليك هذا النجاح.

والى اصدقائي الاوفياء رفاق السهر و الدراسة، شكرا لصدقكم الذي جعل من الصعاب ذكريات جميلة.

اهديكم نجاحي هذا عرفانا لكل لحظة تشجيع ودعاء بظهر الغيب كانت تقويني ، انتم من كان لكم الفضل في هذا الانجاز وبكم تزهر معاني الوصول والنجاح.

2026



الفهرس

شكر وعرفان.....V

إهداء.....VI

مقدمة:.....2

الفصل المنهجي:.....5

1.إشكالية الدراسة:.....6

2.فرضيات الدراسة:.....6

3.أسباب اختيار الموضوع :.....7

الأسباب الذاتية:.....7

الأسباب الموضوعية:.....7

4.أهداف الدراسة:.....7

5.أهمية الدراسة:.....7

أ.العلمية.....7

ب.العملية:.....8

6.حدود الدراسة:.....8

أ.الإطار الزماني:.....8

ب. الإطار المكاني:.....8

ج. الإطار الموضوعي:.....8

7.تحديد المصطلحات والمفاهيم:..... 8

أ.الاتصال السياسي :.....8

ب.الأخلاقيات 9

ج.الحملات الانتخابية:.....9

د.الانتخابات الرئاسية :.....10

ه.التغطية الإعلامية:.....10

8.أداة الدراسة:.....11

9.مجتمع الدراسة:.....11

10.عينة الدراسة:.....12

11.الدراسات السابقة:.....12

الفصل الأول:الإطار المفاهيمي والنظري لأخلاقيات الاتصال السياسي:.....17

تمهيد:.....18

المبحث الأول:الاتصال السياسي:.....19

المطلب الأول:مفهوم الاتصال السياسي:.....19

1.العلاقة بين الاتصال و السياسة:.....19

2.مفهوم الاتصال السياسي:.....19

المطلب الثاني:خصائص الاتصال السياسي:.....22

المطلب الثالث:وظائف الاتصال السياسي:.....24

1.الوظيفة الإخبارية والتوجيهية:.....24

2.الدعاية السياسية:.....26

3.التأثيرات في اتجاهات الرأي العام:.....28

4.التسويق السياسي:.....29

5.التوعية السياسية:.....32

6.التنشئة السياسية:.....33

المبحث الثاني: أخلاقيات الاتصال السياسي:.....36
المطلب الأول : مفهوم الأخلاقيات المهنية في الاتصال السياسي.....36
المطلب الثاني:مبادئ أخلاقيات الاتصال السياسي :.....37
1.الصدق:.....37
2.النزاهة:.....37
3.الشفافية :.....38
4.المسؤولية الإجتماعية :.....38
المبحث الثالث:المرجعيات النظرية المفسرة لأخلاقيات الاتصال السياسي:.....39
المطلب الأول:نظرية الفعل التواصلي..... ...39
المطلب الثاني:نظرية ترتيب الأولويات:.....42
المطلب الثالث:نظرية التفاعل الرمزي:.....42
ملخص الفصل الأول:.....44
الفصل الثاني:الحملات الانتخابية الرئاسية والاتصال السياسي في الجزائر:.....45
المبحث الأول:الحملة الانتخابية الرئاسية من منظور اتصالي:.....46
المطلب الأول:مفهوم الحملات الانتخابية الرئاسية:.....46
المطلب الثاني:أهداف واتسراتيجيات الحملات الانتخابية الرئاسية:.....46
1.الأهداف المشتركة:.....46
2.الاستراتيجيات الإعلامية والخطاب السياسي :.....47
المناظرة التلفزيونية التاريخية:.....47
دور شبكات التواصل الاجتماعي:.....47
خطاب القطيعة والانفصال:.....47

المبحث الثاني:الإطار القانوني والأخلاقي للانتخابات الرئاسية في الجزائر:.....48

المطلب الأول:القوانين المنظمة للانتخابات الرئاسية الجزائرية:.....48

المطلب الثاني:الضوابط الأخلاقية للاتصال السياسي والاعلامي في الجزائر:.....51

منع استعمال دور العبادة والمؤسسات العامة:.....52

الالتزام بالخطاب الأخلاقي:.....52

الصدق والأمانة في التصريحات:.....52

الشفافية المالية:.....52

الاحترام العميق والمستدام للمسار الديمقراطي:.....52

المساواة بين المرشحين:.....52

المساواة في الحصول على المساعدات المالية:.....52

مبدأ الحياد:.....53

صحة الوسائل المستعملة:.....53

الضوابط الأخلاقية للأداء الإعلامي:.....54

الحياد والإنصاف:.....54

فترة الصمت الانتخابي:.....54

حظر الإشهار التجاري:.....54

الدقة والموضوعية:.....54

المساواة في استخدام وسائل الإعلام:.....54

ملخص الفصل الثاني:.....55

الفصل الثالث:أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية الجزائرية 2019:.....57

تمهيد:.....58

المبحث الأول:تحليل أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية 2019:.....60

المطلب الأول:جدول تحليل أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية 2019 :.....60

تحليل الفيديو رقم 1:.....62

تحليل الفيديو رقم 2 :.....62

تحليل الفيديو رقم 3:.....63

تحليل الفيديو رقم 4:.....64

تحليل الفيديو رقم 5:.....65

تحليل الفيديو رقم 6:.....65

تحليل الفيديو رقم 7:.....66

تحليل الفيديو رقم 8:.....66

تحليل الفيديو رقم 9:.....66

تحليل الفيديو رقم 10:.....67

ملخص الفصل الثالث:.....68

مدى تحقق فرضيات الدراسة:.....69

نتائج الدراسة:.....70

التوصيات الأخلاقية والإعلامية :.....72

الخاتمة العامة:.....74

قائمة المصادر والمراجع:.....78

ملخص باللغة العربية :

تهدف هذه الدراسة إلى كشف أبعاد وخلفيات "أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية الجزائرية لعام 2019". وذلك من خلال رصد وتحليل طبيعة المضامين و الرسائل السمعية والبصرية التي رافقت هذا الحدث التاريخي المفصلي.

انطلقت الدراسة من إشكالية رئيسية تبحث في مدى التزام الخطاب الإعلامي والسياسي بالمعايير والاخلاقيات المهنية في ظل التحولات الميدانية المتسارعة التي فرضها حراك الشارع منذ 22 فيفري 2019. ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي وباستعمال أداة تحليل المضمون (المحتوى) حيث طبقنا الدراسة على عينة مختارة مكوّنة من عشرة (10) فيديوهات توثّق مراحل المسار الانتخابي (ابتداءاً من خطاب العهدة الخامسة وسحب الترشح، إلى المناظرة التلفزيونية وإعلان المجلس الدستوري للنتائج). إن اختيار هذه الفيديوهات أتاح لنا رؤية واضحة لتطورات العملية الانتخابية .

وقد توصلت الدراسة التطبيقية إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: وجود تباين واضح وصراع شديد في المعالجة الإعلامية والسياسية، يحدث هذا التباين بين تكريس القيم الأخلاقية، (مثل المسؤولية الوطنية والشفافية الإجرائية والالتزام بالشرعية الدستورية)، وبين بروز اختلالات أخلاقية، (كفقدان المصداقية والتحيز الإعلامي وغياب المواجهة النقدية الحقيقية). كما أوضحت النتائج أن البيئة الاتصالية والرقمنة السمعية والبصرية ساهمت بفعالية في تأجيج الوعي السياسي وتشكيل اتجاهات الرأي العام الوطني. معزّزةً بذلك قطيعة مع الأطر التقليدية لإدارة وتغطية الحملات الانتخابية في الجزائر.

باللغة الأجنبية :

Abstract :

This study aims to investigate the dimensions and background of "political communication ethics in the 2019 Algerian presidential election campaigns." This is achieved by monitoring and analyzing the nature of the audio-visual content and messages that accompanied this pivotal historical event.

The study stems from a central question: the extent to which media and political discourse adhered to professional standards and ethics in light of the rapid changes on the ground brought about by the street protests that began on February 22, 2019. To achieve the study's objectives, we employed a descriptive-analytical approach, utilizing content analysis. We applied the study to a selected sample of ten (10) videos documenting the stages of the electoral process (from the speech announcing a fifth term and the withdrawal of candidacy, to the televised debate and the Constitutional Council's announcement of the results). The selection of these videos provided us with a clear view of the developments in the electoral process. The applied study yielded a number of findings, most notably: a clear disparity and intense conflict in media and political coverage. This disparity exists between the promotion of ethical values (such as national responsibility, procedural transparency, and adherence to constitutional legitimacy) and the emergence of ethical shortcomings (such as loss of credibility, media bias, and the absence of genuine critical engagement). The results also demonstrated that the communication environment and audiovisual digitization have effectively contributed to fueling political awareness and shaping national public opinion, thus reinforcing a break with the traditional frameworks for managing and covering election campaigns in Algeria.



مقدمة

مقدمة :

يعتبر الاتصال السياسي نمط من أنماط العلاقات بين البشر التي تعكس طبيعة تكوينهم الاجتماعي والسياسي، وقد استخدم من قبل الطبقات الشعبية والحكام على حد سواء من أجل ممارسة السياسة كظاهرة متعددة الأوجه والأبعاد تهدف إلى البحث عن التأثير والقوة وكذلك كعملية صنع قرار تحدد توزيع الموارد الاجتماعية والحقوق والواجبات والمحظورات داخل المجتمع.

حيث شكّل موضوع الاتصال السياسي بؤرة اهتمام العديد من الباحثين والدارسين في عدة مجالات خاصة المجالين السياسي والإعلامي، فبالنسبة للمجال السياسي فقد تمحورت دراسات الباحثين حول نقطتين أساسيتين، الأولى متعلقة بأهمية الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية وكيف يعتمد عليه المترشحون السياسيون في شرح برامجهم وتلميع صورتهم وكسب التأييد الجماهيري لبرامجهم والدعوة للالتفاف حول مرشحيهم، أما الثانية فهي ترتبط باعتماد الأنظمة السياسية المختلفة على عملية الاتصال السياسي لشرح سياساتها وتوضيح أهدافها وتبرير مواقفها وسلوكياتها والتحكم في الرأي العام وتوجيهه وفق المسار الذي يخدم مصالحها ويتماشى واستراتيجياتها هذا من جهة، ولمعرفة موقف الرأي العام واتجاهاته نحوها ونحو مشاريعها وسياساتها وقراراتها من جهة أخرى، وبالنسبة للمجال الإعلامي فقد تمحورت الدراسات الأكاديمية حول الدور السياسي لوسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية والسياسية وتفاعلاتها وعلاقاتها بكل من النظام السياسي والرأي العام.

تُعدّ الحملات الانتخابية الرئاسية من أبرز الإجراءات التي تعكس نشاط النظام الديمقراطي، إذ تمثل فضاءً تنافسيًا يسعى من خلاله المترشحون إلى عرض برامجهم واستمالة الرأي العام. وفي هذا السياق، يبرز دور الاتصال السياسي كأداة فعّالة في التأثير والإقناع، غير أن هذه الفعالية تظل مرتبطة بمدى احترام جملة من القيم والمعايير الأخلاقية التي تضبط السلوك الاتصالي للفاعلين السياسيين.

وتتضح أهمية الأخلاقيات في الحملات الانتخابية الرئاسية في كونها تشكل منطلقاً لضمان نزاهة وشفافية العملية الانتخابية، حيث تساهم في الحد من الممارسات غير النظامية كالتضليل الإعلامي، ونشر الأخبار الزائفة، واستغلال العواطف بطرق غير مهنية. كما أن الالتزام بمبادئ أخلاقيات الاتصال يعزز من مصداقية الخطاب السياسي، ويقوي الثقة بين المترشحين والناخبين، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على جودة الاختيار الديمقراطي.

شهدت الجزائر خلال سنة 2019 تحولات سياسية وتوجهت ملامح مفاجئة العام ، وفرزت للتواصل بشكل موثوق لم تألفه في جميع أنحاء العالم من قبل. لقد وجدت مؤسسة رسمية نفسها أمام ضغوط شعبية من جهة، وضرورة المسار الدستوري من جهة أخرى ، مما خلق توتراً بين متطلبات واضحة للفردية وتطلعات التغيير التي عبر عنها المجتمع بصوت عال . هذا الجو المشحون سياسياً واجتماعياً، نجح في الانتخابات الرئاسية 2019 في شروط وتباينت ، إذ افتقرت إلى انتخابات في سباقات الجبل بين المترشحين والمواطنين ، وغاب عنها روح النقاش السياسي الجاد الذي ترك حقاً عماد أي اتجاه ديمقراطية سليمة . فأصبحت الفضاء الانتخابي الفضاء أكثر وضوحاً منه وصادقاً عن الإرادة الشعبية .

وعلى الصعيد الإعلامي، كشفت تلك المرحلة عن اختلالات بنيوية في الإعلام الجزائري ؛ إذ آثرت الكثير من وسائل الإعلام التقليدية المطلوبة التزام الحذر والانحياز الوطني على الحساب المهنية والموضوعية، في حين فتحت شبكات التواصل الاجتماعي بالباب الواسع أمام تدفق غير منضبط للمعلومات ، جمع بين حرية التعبير والتعبئة الشعبية من جهة ما، وانتشارالأخبار غير الرسمية وخطابات الإساءة من جهة أخرى. وقد أفرز هذا المناخ المركّب بيئةً اتصاليةً هشّة تداخلت فيها الحسابات السياسية مع الضغوط الاجتماعية، وتصادمت فيها معايير المهنية الإعلامية مع منطق البقاء المؤسسي، مما طرح بإلحاح تساؤلاً جوهرياً حول مدى قدرة منظومة الاتصال السياسي في مثل هذه السياقات على الاحتكام إلى المبادئ الأخلاقية الناظمة لها، كالصدق والنزاهة والشفافية والمسؤولية الاجتماعية.

تم الإنطلاق في هذه الدراسة من : الجانب المنهجي : وتم فيه تحديد إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهميتها، والدراسات المرتبطة التي تم الاستناد عليها، إضافة للمقترب النظري الذي يناسب الدراسة وبعدها ضبط حدود الدراسة، ثم التعريف بمنهج الدراسة الذي استعملناه وأدوات جمع البيانات التي استعنا بها، إلى جانب مجتمع الدراسة، وأخيرا تحديد مفاهيم الدراسة.

الفصل الأول والثاني (الجوانب النظرية) : يقدم الفصلان تأسيساً نظرياً وتطبيقياً متكاملاً؛ حيث يركز الفصل الأول على المفاهيم الجوهرية لأخلاقيات الاتصال السياسي والأطر النظرية التي تحكم ممارسته، بينما يتناول الفصل الثاني الواقع الميداني لهذه الممارسة من خلال تسليط الضوء على الإطار القانوني والأخلاقي المنظم للحملات الانتخابية الرئاسية في الجزائر، مبيناً الضوابط التي تضمن نزاهة العملية الانتخابية وتكافؤ الفرص بين المرشحين.

الفصل الثالث : (التطبيقي) : يُركز الفصل على الجانب الميداني، حيث اعتمد على المنهج الوصفي وتحليل المضمون لعينة من الفيديوهات الخاصة بالمسار الانتخابي لعام 2019 في الجزائر؛ ليخلص إلى وجود تباين واضح في الالتزام بالمعايير الأخلاقية، متأرجحاً بين تكريس قيم المسؤولية الوطنية وتجاوزات ترتبط بغياب الحياد والمصداقية في ظل التحولات السياسية الراهنة.

الفصل المنهجي

- ✓ اشكالية الدراسة
- ✓ فرضيات الدراسة
- ✓ أهداف الدراسة
- ✓ أسباب اختيار الموضوع
- ✓ أهمية الدراسة العلمية والعملية
- ✓ حدود الدراسة (الزمانية – المكانية – الموضوعية)
- ✓ تحديد المفاهيم الأساسية (الاتصال السياسي، الأخلاقيات، الحملات الانتخابية، الانتخابات الرئاسية، التغطية الإعلامية)
- ✓ منهج الدراسة
- ✓ أداة الدراسة
- ✓ مجتمع الدراسة
- ✓ عينة الدراسة
- ✓ الدراسات السابقة

1.إشكالية الدراسة:

يعد الاتصال السياسي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها العملية الديمقراطية، فهو الجسر الذي يربط بين الفاعلين السياسيين والجمهور. وفي ظل التحولات الرقمية المتسارعة، لم يعد الاتصال السياسي مجرد نقل للمعلومات، بل تحول إلى ساحة تنافسية تتطلب التزاماً صارماً بمواثيق الشرف وأخلاقيات المهنة لضمان نزاهة الممارسة السياسية .وتكتسب هذه المسألة أهمية بالغة عند الحديث عن المحطات الانتخابية الحاسمة، حيث تزداد حدة التنافس وتتضاعف المسؤولية الأخلاقية للفاعلين السياسيين. وتعد الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2019 نموذجاً استثنائياً للممارسة الاتصالية؛ إذ جرت في سياق سياسي واجتماعي محتقن اتسم بتغير موازين القوى وبروز دور فاعل لوسائط التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل الخطاب السياسي وتوجيه الرأي العام .ومن هنا، تبرز الحاجة الملحّة لفحص طبيعة الممارسات الاتصالية التي ميزت هذه المحطة، ومدى امتثالها للمعايير الأخلاقية في ظل ضغوط التنافس الرقمي والتجاذبات السياسية. وهذا ما يقودنا إلى طرح إشكاليتنا الرئيسية التالية:

إلى أي مدى نجح الاطار الأخلاقي (ميثاق أخلاقيات الممارسة المهنية) في ضبط سلوكيات الفاعلين السياسيين أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية 2019 ؟

التساؤل الفرعي :

كيف تجلت أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية للرئاسيات الجزائرية لسنة 2019. وماهي العوامل التي أثرت في مستوى الالتزام أو الإخلال بهذه الأخلاقيات لدى الفاعلين السياسيين والإعلاميين ؟

2.فرضيات الدراسة :

اتسم الخطاب السياسي للمترشحين خلال الحملة الانتخابية للرئاسيات الجزائرية لسنة 2019 بضعف الالتزام بمبادئ الصدق والشفافية، مع غلبة الطابع الدعائي على الخطاب البرنامجي.

سجل الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي انتشار ممارسات غير أخلاقية، تمثلت في تداول الأخبار غير الموثوقة، والتضليل الإعلامي، وخطاب الإساءة.

يساهم نوع الوسيلة الاتصالية المستعملة (إعلام تقليدي أو شبكات تواصل اجتماعي) في تحديد درجة الالتزام أو الإخلال بأخلاقيات الاتصال السياسي خلال الحملات الانتخابية.

3.أسباب اختيار الموضوع:

1.3.الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في البحث في هذا النوع من المواضيع المتعلقة بالعلاقة بين النظام السياسيي ووسائل الإتصال.
- اختيارنا لهذا الموضوع لأنه يندرج ضمن اهتماماتنا العلمية والمعرفية,ويزيد من دافعية البحث والتعمق فيه.
- تقديم إضافة جديدة واستثنائية مقارنة بالدراسات السابقة.

2.3.الأسباب الموضوعية:

- ندرة الدراسات التي اهتمت بموضوع اخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية.
- كونه موضوع حديث نسبياًوارتباطه بأرض الواقع.

4.أهداف الدراسة:

- التعرف على أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية.
- التعرف على المرجعيات النظرية المفسرة لأخلاقيات الاتصال السياسي.
- الكشف عن وسائل الاتصال المستخدمة وأهميتها في الحملات الانتخابية الرئاسية.
- توضيح دور شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية 2019 .

5.أهمية الدراسة:

أ- العلمية:

- فهم العلاقة بين السياسة والإعلام من خلال تحليل كيفية استخدام الاتصال السياسي في نقل الرسائل,ومدى الالتزام بالقيم الأخلاقية.
- تعزيز مكتبة الإعلام والاتصال بمرجع استثنائي وجديد حول موضوع أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية.
- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية والإعلامية.

ب– العملية:

- تكريس قيم ومعايير الشفافية والمصداقية داخل الحملات, والحد من الممارسات غير الأخلاقية كالتظليل.
- معرفة أهمية الاتصال السياسي في تحسينه للأداء الإعلامي.

6.حدود الدراسة:

أ- الإطار الزماني:

تشمل الفترة الزمنية الممتدة من الإعلان الرسمي للانتخابات الرئاسية الجزائرية الى غاية اعلان نتائجها وهذا خلال سنة 2019

ب - الإطار المكاني:

تقتصر الحدود المكانية لهذه الدراسة في الفضاء الرقمي والإعلامي الجزائري بمختلف صوره.

ج - الإطار الموضوعي:

تقوم هذه الدراسة حول تحليل اخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية ضمن ثلاث جوانب وهي :

- الخطاب السياسي للمترشحين خلال الحملة الانتخابية ومدى التزامه بمعايير الصدق والشفافية.
- التتغطية الإعلامية التقليدية للحملة الانتخابية من حيث مدى احترامها لمبادئ النزاهة والمسؤولية.
- الاتصال السياسي ومدى انضباطه بالمعايير الأخلاقية لا سيما يتصل بظاهرة التضليل الإعلامي وخطاب الإساءة.

7.تحديد المصطلحات والمفاهيم:

مفهوم الاتصال السياسي :

لغة : أقدم تعريفات الاتصال هي التي ركزت على الاشتقاق اللغوي لكلمة **Communication** وهو الكلمة اللاتينية **Communis** التي تعني الشيء المشترك وفعلها **Communicare** أي يذيع أو يشيع، فنحن عندما نتصل فإننا نحاول أن نشترك

في المعلومات والافكار والاتجاهات ونكون علاقة مع شخص أو مجموعة من من الأشخاص.[1]

اصطلاحاً : الاتصال السياسي هو تلك الجهود الواعية لنشر أفكار ومعتقدات من أجل ترسيخ وجهة نظر الدولة في نفوس الشعب، ويعد ذلك إحدى الوسائل لتوطيد الحكم في حالة توجيه هذه الجهود الإعلامية إلى الخارج فتصبح دعاية سياسية من الدولة لخلق الصورة الذهنية الايجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم وانجازات هذه الدولة[2].

الإجرائي : هو عملية نقل وتبادل الرسائل والأفكار السياسية بين الفاعلين السياسيين والمواطنين بهدف التاثير في الرأي العام وتوجيهه.

مفهوم الأخلاقيات :

لغة : وهو السجية والطبع، وتشير الى الهيئة الراسخة في النفس.[3]

اصطلاحاً : مجموعة القيم المشروعة التي يتحلى بها الإنسان والتي لها تأثير واضحعلى السلوك"[4].

الإجرائي :الأخلاقيات هي مجموعة من المبادئ والقيم والمعايير التي توجه سلوك الإنسان وتحدد ماهو صواب وما هو خطأ داخل المجتمع. وهي تمثل الإطار الذي ينظم تصرفات الأفراد والجماعات بما ينسجم مع القيم الإنسانية مثل الصدق، الأمانة، العدالة، والمسؤولية.

مفهوم الحملات الانتخابية :

مفهوم الحملات لغة : تعني كلمة الحملات الضغط والمشقة والإجهاد.[5]

اصطلاحاً : الحملات الانتخابية هي الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا و قانونيا (أي بموجب قانون الانتخابات) و التي يتقدم خلالها المرشحون للانتخابات بعرض برامجهم على الناخبين ، و قد لجأ المشرع و معـه السلطات التنظيمية ، التنفيذية و القضائية ، بهدف تأمين مبدأ المساواة بين المواطنين و ضبط وسـائل الدعاية ، إلى حصر المعركة الانتخابية في شبكة ضيقة من القواعد القانونية ،و يفرض مبدأ المسـاواة أن تؤمن الدولة لجميع المرشحين التسهيلات ذاتها من أجل حملاتهم الانتخابية و أن تحول دون

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التاثير،ط2، عالم الكتب،القاهرة،2000،ص19.
[2] سيروان أنور مجيد :**النصية في لغة الإعلام السياسي**، عالم الكتب الحديث للنشر، اربد، ،2013ص21
[3] مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية.
[4] المزجاجي، أحمد بن داود، رجب 1415هـ. ديسمبر،1994م، " أخلاقيات المدير المسلم في الإدارة العامة"، مجلة الشريعة والدراسات الاسلامية، العدد ،24الكويت، جامعة الكويت
[5] محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع،2004 ص 531

تجاوز أحد الأطراف استعمال امتيازاته (المال ، وسائل الإعلام العامة) للتأثير غير المشروع و غير المتكافئ على الناخبين ، و مبدأ المساواة هذا تضمنه السلطات العامة و لجان المراقبة و الإشراف في حال استعمال المرشحين للوسائل الإعلامية السمعية البصرية.[1]

الإجرائي : مجموعة الأنشطة والوسائل التي يستخدمها المرشح أو الحزب السياسي للتعريف ببرنامجه وإقناع الناخبين بالتصويت له.

مفهوم الانتخابات الرئاسية :

الانتخابات لغة : ينتخب،انتخب،انتخاب الشيء : اختاره - النائب : اختاره بإعطائه صورته في الانتخاب.[2]

الرئاسية لغة : يرأس،آرأس،رئاسة قوم وعليهم: صار رئيسهم.[3]

اصطلاحاً : الانتخابات الرئاسية هي العملية التي يتم من خلالها اختيار رئيس الدولة من قبل الشعب أو من قبل هيئة ناخبة وفقا لما ينص عليه الدستور في مواده والقوانين المنظمة في الدولة لفترة زمنية محددة تعرف بالعهدة أو الولاية الرئاسية.[4]

الإجرائي : عملية ديمقراطية يختار من خلالها المواطنون رئيس الدولة عبر التصويت لفترة زمنية محددة وفقاً للقانون.

مفهوم التغطية الإعلامية :

التغطية لغة : من مصدر غطا أي الشيء غطوا وغطاه تغطية.[5]

الإعلام لغة : من مصدر علم أعلم أي أخبر.[6]

اصطلاحاً : يقصد بها عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين،والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب وقوع هذا الحدث ومتى وأين وكيف وقع؟ وأسماء المشتركين فيه وغير ذلك من المعلومات والحقائق التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر.

---

[1] عبد الوهاب الكيالي ، الموسوعة السياسية. 2ج ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1985 ، ص 385 .

[2] محمد السعدي،القاموس الجديد للطلاب، ط1،الشركة التونسية للتوزيع والشركة الوطنية للنشر والتوزيع،(د،ب)1979،ص106

[3] المرجع نفسه،ص369

[4] محمدي اسمهان. محاضرات في تحليل المواثيق والمعاهدات الدولية. قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية. جامعة محمد لمين دباغين.سطيف.2015

[5] ابن منظور الأنصاري:لسان العرب: م15،ط1،1424ه\2002م،دار الكتب العلمية،بيروت لبنان،ص149

[6] مرجع نفسه،م12،ص 418

الإجرائي :

تتناول عملية التغطية الإعلامية جميع جوانب قضية الانتخابات الرئاسية لعام 2019، ونظرًا لأهمية وحساسية هذا الموضوع، فإن له صدى واسعًا في وسائل الإعلام التي تعتبر حلقة وصل بين الطبقة السياسية والمواطنين.

8- منهج الدراسة :

المنهج الوصفي التحليلي :يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الاوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها واشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهو ما يعني ان المنهج الوصفي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة معينة بطريقة كمية او نوعية خلال فترة زمنية معينة من اجل التعرف على الظاهرة او الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول الى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره ، وهذا ما جعلنا نستخدم المنهج الوصفي في دراستنا للاتصال السياسي عند السلطة السياسية في العالم العربي من خلال حالتي الدراسة التي بين ايدينا بغية فهم واقع الاتصال السياسي في الانظمة السياسية العربية والعمل على تطويره وفق النتائج المتوصل اليها.

9- أداة الدراسة:

تحليل المضمون :يعتبر أسلوب تحليل المضمون (المحتوى) احد أساليب البحث العلمي الشائعة لاستخدام في مجال دراسة مواد الاتصال و يهدف هذا الأسلوب إلى التعرف بطريقة علمية منظمة على اتجاهات المادة التي يتم تحليلها، وكذلك الوقوف على خصائصها بحيث يتم كل ذلك بعيدا عن الانطباعات الذاتية أو المعالجات العشوائية .

حيث استخدمنا أداة تحليل الضمون في المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح (الانتخابات الرئاسية الجزائرية والخطابات السياسية) ودراسة مضمون مقاطع الفيديو على شبكة التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) بالإضافة الى تحليل خطابات الحملات الانتخابية أوتصريحات السياسيين والتغطية الإعلامية، وذلك ضمن الاتصال السياسي.

10- مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من الفيديوهات المنشورة على منصة اليوتيوب والمتعلقة بالانتخابات الرئاسية 2019

11- عينة الدراسة :

نظرًا لاتساع مجتمع الدراسة وصعوبة حصره، تم الاعتماد على العينة القصدية، حيث تم اختيار (10) فيديو وفق مجموعة من المعايير، تتمثل في :أن يكون الفيديو منشورًا خلال الفترة (فيفري 2019 – ديسمبر 2019 .(أن يتناول موضوع الحملات الانتخابية أو الاتصال السياسي المرتبط بها بشكل مباشر .أن يحقق عدد مشاهدات مرتفع لضمان التأثير والانتشار .أن يمثل تنوعًا في مصادره (قنوات إعلامية، فاعلون سياسيون، (أن يتضمن مضامين قابلة للتحليل الأخلاقي (خطاب، رموز، ممارسات اتصالية).

12- الدراسات السابقة :

أ- الدراسة الأولى : التغطية الإعلامية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019في النشرات الإخبارية للقنوات الجزائرية الخاصة:

من إعداد الطالبة الشيماء دريبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة،دورة جوان 2019 ، اعتمدت فيها على المنهج المسحي باعتباره المنهج الأنسب لرصد وتحليل المحتوى الإخبارين بالتكامل مع المنهج المقارن لغرض عقد مقارنة علمية دقيقة بين الأداء الإعلامي والسياسة التحريرية لقناة النهار TV وقناة الشروق NEWS، وقد استخدمت أداة تحليل المحتوى عبر تصميم استمارة فئات التحليل لجمع البيانات الكمية والكيفية بالإضافة إلى أداة الملاحظة، وقد طرحت التساؤل الرئيسي التالي :

كيف عالجت النشرات الإخبارية لقناتي النهار TV والشروق NEWS موضوع رئاسيات 2019 في الفترة الممتدة من 01/01/2018 إلى 3/12/2018

أهداف الدراسة :

الكشف عن طبيعة وحجم التغطية الإعلامية المخصصة لرئاسيات 2019 في القنوات الخاصة الجزائرية قبل الحراك والحملة

رصد وتحديد ملامح الاتفاق في السياسة التحريرية والأطر الإعلامية بين قناتي النهار TV والشروق NEWS تجاه الحدث الدستوري

معرفة القوالب الصحفية والأساليب الفنية الأكثر استخداماً في تقديم أخبار الانتخابات الرئاسية للجمهور.

أوجه التشابه : من حيث المنهج : الدراسة السابقة استخدمت المنهج الوصفي التحليلي لتصف وتحلل واقع التغطية الإعلامية للانتخابات عبر الشاشات بينما في مذكرتنا استخدمنا نفس المنهج الوصفي التحليلي لنصف ونحلل واقع الممارسات " أخلاقيات الاتصال السياسي " في الحملات الانتخابية.

من حيث أداة الدراسة : الباحثة في الدراسة السابقة قامت بتصميم "استمارة تحليل المحتوى" لتفكيك المادة الإخبارية (النشرات)، بينما في مذكرتنا اعتمدنا على أداة "تحليل المحتوى" لتفكيك وتحليل الخطاب والمواد الاتصالية للحملات الانتخابية لمعرفة مدى التزامها بالأخلاقيات.

التشابه من حيث الجانب المفاهيمي والتعاريف (المصطلحات :(تعريف الانتخابات الرئاسية: كلتا الدراستين تقدمان نفس التأصيل والمفهوم للانتخابات الرئاسية في الجزائر كعملية سياسية ودستورية.

أوجه الاختلاف : الاختلاف من حيث "عينة الدراسة ":

عينة الدراسة السابقة: اقتصرت حصراً وبشكل مغلق على "النشرات الإخبارية الرئيسية" التلفزيونية وقارنت بين قناتين فقط النهار والشروق.

عينة مذكرتنا: عينة أوسع وأكثر تنوعاً؛ حيث لا تدرس النشرات الإخبارية فقط، بل تركز على مادة الاتصال السياسي للحملات الانتخابية (التي تشمل خطابات المترشحين، ومضامين حملاتهم الاتصالية، والمناظرات.

الاختلاف من حيث "الهدف المنهجي :

هدف الدراسة السابقة : يسعى منهجها إلى "الوصف والمقارنة التحريرية" لرصد حجم وأداء وسيلتين إعلاميتين في نقل حدث ما• .اما بالنسبة لمذكرتنا: يسعى منهجنا إلى "التقييم الأخلاقي والقيمي" للحملات والخطابات، لمعرفة مدى الالتزام بالضوابط الأخلاقية للاتصال السياسي في الجزائر.

ومن أهم النتائج المتوصل اليها في البحث :

أولا: الدلائل المعبرة عن مدى اهتمام القناتين بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في نشراتهما الإخبارية

ثانيا: المواضيع التي ركزت عليها مقاطع نشرات الأخبار أثناء تغطيتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019

ثالثا: الشخصيات التي غطتها القناتان في خرجاتها السياسية أثناء تطرقها لموضوع رئاسيات 2019

نقد الدراسة :

الموضوع قوي لأنه يعالج مواضيع مختلفة (الاجتماعات، الدعاية). أرى أن الموضوع يعتمد على سنة 2018 التي سبقت الحراك، حيث كانت التغطية مكثفة لتعبئة الناخبين.

أرى أن الموضوع لا يربط النتائج بالسياق الأكبر. على سبيل المثال لا يوضح دور الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات أو تأثير الإعلام الرقمي مثل يوتيوب، رغم أن الدراسة تعتمد على يوتيوب. وعلى الرغم من قوته، نقتصر على فيديوهات يوتيوب المتاحة فقط هذا القيد يحد من تعميم النتائج على الإنتاج الكلي للقنوات. كما يغفل دور الإعلام العام ولا نأخذ في الاعتبار الرقابة القانونية على الحملات.

ب- الدراسة الثانية : رقابة المجلس الدستوري على الانتخابات الرئاسية :

من إعداد الطالبة شافية بن زايد،محمد زيبوش، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق دورة جويلية 2019 تخصص: دولة ومؤسسات جامعة 02 أوت 1955 سكيكدة كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم: الحقوق وهي دراسة تحليلية لجميع النصوص القانونية المنظمة لانتخابات رئيس الجمهورية ودور المجلس الدستوري في الرقابة عليها، بغرض اكتشاف النقائص والثغرات التي تعتريها، والتي من شأنها أن تؤثر على ضمان النزاهة والشفافية للعملية ككل،وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لعرض النصوص القانونية والدستورية الناظمة للانتخابات الرئاسية وصلاحيات المجلس الدستوري،مدعماً بالمنهج التحليلي،وقد استخدم الباحثان أداة تحليل الوثائق والنصوص القانونية (كالدستور الجزائري،قانون نظام الانتخابات، قرارات وآراء المجلس الدستوري)

وقد طرحا التساؤل الرئيسي التالي :ما هو نطـــاق مجـــال الرقابـــة التـــي يبسطها المجلس الدستوري علـى الانتخابات الرئاسية؟

أهداف الدراسة :

1. تسليط الضوء على الصلاحيات الرقابية للمجلس الدستوري الجزائري في المنظومة القانونية.

.2 معرفة الضوابط والإجراءات التي تحكم الترشح للانتخابات الرئاسية وتمويل حملاتها .
3.تقييم مدى قدرة وفعالية الرقابة الدستورية في إضفاء الشرعية والنزاهة على الانتخابات الرئاسية.

أوجه التشابه : وجه التشابه في المضمون (المحتوى) :المذكرتين يتشابهان في الموضوع والحدث؛ فكلاهما يدرسان الانتخابات الرئاسية في الجزائر. يلتقين تحديداً في محور "الضوابط الأخلاقية للحملة الانتخابية"؛ حيث خصصت الدراسة السابقة جزءاً لبحث الشروط الأخلاقية والقانونية المفروضة على المترشحين، وهو نفس المحور الذي يمثل الصلب والجوهر الأساسي لمذكرتنا (أخلاقيات الاتصال السياسي).

2 .التشابه من حيث المنهج :الاشتراك في المنهج الوصفي التحليلي:

تتقاطع مذكرتنا مع الدراسة السابقة في الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج رئيسي؛ حيث قامت الدراسة السابقة بوصف النظم القانونية وتحليل آلياتها الرقابية، بينما نحن قمنا بوصف ممارسات الاتصال السياسي وتحليل أبعادها الأخلاقية وقيمها الميدانية.

نقد الدراسة :

المذكرة ركزت كثيرًا على "سرد" المواد القانونية (الدستور وقانون الانتخابات) بدلاً من "تحليلها".

الإشكالية التي طرحتها المذكرة كانت وصفية (كيف يراقب المجلس؟) حيثما أمكن. لكن الإشكالية كان من المفترض أن تكون نقدية (ما مدى فعالية هذه الرقابة في ظل الصراعات السياسية لعام 2019؟

إهمال الجانب السياسي: الانتخابات الرئاسية عملية سياسية بامتياز، المذكرة عالجت المجلس الدستوري كأنه مجرد جهاز قانوني بلا حياة، لكنها غفلت عن "الانسداد الدستوري" الذي عاشته الجزائر في 2019. المذكرة لم توضح كيف تصرف المجلس عندما استقالرئيس الجمهورية وكيف أجل المجلس الانتخابات مرتين. هذه النقاط صميم موضوع الرقابة.

ج- الدراسة الثالثة : النظام الانتخابي في الجزائر و أثره على العملية الديمقراطية :

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون العام تخصص: الحقوق و الحريات الأساسية من إعداد الطالبة حاشي نهال 2014-2015 جامعة وهران 2 محمد بن احمد كلية الحقوق و العلوم السياسية،دورة 2014-2015 تحت إشراف الدكتور: فاصلة عبد اللطيف وقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي لعرض النصوص والمواد التقانونية المنظمة للانتخابات وتحليل ابعادها مدعماً بالمنهج التاريخي لتتبع تطور الترسانة القانونية للانتخابات في الجزائر بالإضافة الى المنهج المقارن للمقارنة بين القوانين الانتخابية

الجزائرية المختلفة ،بالإضافة الى أداة الدراسة المستخدمة هي تحليل الوثائق والنصوص التشريعية (تفكيك مواد الدساتير الجزائرية وقوانين نظام الانتخابات والأوامر والمراسيم الرئاسية) ، وقد كان التساؤل الرئيسي للباحثة كالآتي :

الديمقراطية التي عاشتها و لا تزال تعيشها الدولة الجزائرية و هل العلاقة التي تجمع بين كل منهما هي علاقة تأثير أم تأثر أم هي علاقة تتناسب فيها نسب التأثير و التأثر؟ و هل كان للنظام السياسي الجزائري دور ايجابي أم سلبي في سير هاته العلاقة من خلال السماح بوجود مشاركة سياسية فعلية و منافسة حزبية نزيهة ؟ و لما تعتبر الانتخابات دوما الحلقة الأضعف في مسار الإصلاحات التي قام بها المشرع سواء في عهد الاشتراكية أو الانفتاح السياسي و اعتماد مبادئ الدمقرطة ؟ و أخيرا ما هي الصعوبات و العوائق التي تقف في وجه نجاح النظام القانوني للانتخابات و السبل التي يمكن أن تؤدي بنا لإيجاد حل، إن لم يكن الأشمل على الأقل حلا توافقيا يجتمع حوله رضا الأغلبية.

أهداف الدراسة :

1. إبراز العلاقة الجدلية بين طبيعة القوانين الانتخابية ومستوى التحول الديمقراطي في الجزائر.

2. الكشف عن الثغرات القانونية في الأنظمة الانتخابية السابقة وبحث سبل إصلاحها .

3. تقييم مدى فعالية الضمانات والرقابة المفروضة لحماية أصوات الناخبين وتكريس التعددية.

أوجه التشابه : تطابق المنهج : كلتا المذكرتين يشتركان في الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. الباحثة (حاشي نهال) استخدمته لوصف النصوص التشريعية وتحليل أثرها السياسي، وفي مذكرتنا استخدمناه لوصف الممارسات والخطابات والاتصال السياسي وتحليل أبعادها الأخلاقية في الواقع الميداني .

أوجه الاختلاف : من حيث الزمن : الدراسة السابقة درست تطور الأنظمة الانتخابية تاريخياً وقانونياً لغاية سنة 2015، بينما في مذكرتنا ركزنا تطبيقياً وميدانياً على الحملة الانتخابية الرئاسية لعام 2019.



الفصل الاول : الإطار المفاهيمي والنظري لأخلاقيات الاتصال السياسي

تمهيد :

شكّل موضوع الاتصال السياسي بؤرة اهتمام العديد من الباحثين والدارسين في عدة مجالات خاصة المجالين السياسي والإعلامي، فبالنسبة للمجال السياسي فقد تمحورت دراسات الباحثين حول نقطتين أساسيتين، الأولى متعلقة بأهمية الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية وكيف يعتمد عليه المترشحون السياسيون في شرح برامجهم وتلميع صورتهم وكسب التأييد الجماهيري لبرامجهم والدعوة للالتفاف حول مرشحيهم، أما الثانية فهي ترتبط باعتماد الأنظمة السياسية المختلفة على عملية الاتصال السياسي لشرح سياساتها وتوضيح أهدافها وتبرير مواقفها وسلوكياتها والتحكم في الرأي العام وتوجيهه وفق المسار الذي يخدم مصالحها ويتماشى واستراتيجياتها هذا من جهة، ولمعرفة موقف الرأي العام واتجاهاته نحوها ونحو مشاريعها وسياساتها وقراراتها من جهة أخرى، وبالنسبة للمجال الإعلامي فقد تمحورت الدراسات الأكاديمية حول الدور السياسي لوسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية والسياسية وتفاعلاتها وعلاقاتها بكل من النظام السياسي والرأي العام.

المبحث الأول: الاتصال السياسي

المطلب الأول : مفهوم الاتصال السياسي

1- العلاقة بين الاتصال والسياسة

قد يكون من الصعوبة بما كان تصور العملية السياسية دون العملية الاتصالية، أو تصور الاتصال بدون سياسة. فالعلاقة بين النظامين الاتصال والسياسة، في أي مجتمع من المجتمعات المتقدمة أو النامية أو غيرها عالقة جوهرية إلى درجة التي يصعب معها تصور إحداهما دون الآخر أو قيامه بوظائفه بمعزل عنه فالنظامان كلامها يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، فإن كان التأثري الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصالي في البلدان النامية بشكل خاص أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي فالعلاقة قائمة أينما كان طبيعة وشكل كل من النظام السياسي الاتصالي كل شيء في السياسة اتصال[1].

وليس بمقدور أي نظام سياسي حديث أن يعمل بدون مساعدة وسائل الاتصال وذلك أن الاتصال مشتغل بالمسائل السياسية يكون عادة وليس دائما أداة مساعدة للسياسة، ينقل سياسات صناع القرارات إلى الشعوب، ويبلور اتجاهات ومواقف الشعوب حتى يستفيد منها صناع القرارات. هو العنصرالديناميكي للوجود السياسي، الذي يعنى بنقل الرسائل فيما بين أجزاء النظام السياسي ثم بينه وبين النظام الاجتماعي.

يرى السياسيون أنهم يحتاجون إلى قنوات اتصال جماهيري تحض بمصداقية الجماهير و بالمثل فإن الإعلاميون يرون أنه لا يمكنهم تأدية مهمتهم كاتصال السياسي دون أن يكونوا على صلة بالسياسيين للحصول على الأخبار والتعليقات ... الخ. فهم مشاركون في العملية السياسية ولعلى من أهم الوسائل التي يشاركون من خلالها في العملية السياسية، تركيز الانتباه على قضايا معينة من ناحية أخرى تضطلع وسائل الاتصال[2] بدور إضفاء الشرعية على النظام السياسي، لأن بقاءها مرهون ببقاء النظام نفسه.

2- :مفهوم الاتصال السياسي :

تعددت وتنوعت التعريفات الذي تناولت الاتصال السياسي كمفهوم وكمصطلح، فمنها مايعرف الاتصال السياسي على أنه "الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي والمؤثرة فيه" ومنها ما يعتبره "أثر الاتصال ووظيفته في العملية السياسية"، كما يعرف على أنه "أي عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في

[1] كمال المنوفي: نظريات النظم السياسية، ط1 وكالة المطبوعات، الكويت، 1985، ص 147
[2] كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، ط0 المكتب الإسلامي، بيروت،2004 ص ص .41-42

المجتمع[3]، ويقول البشر في تعريف الاتصال السياسي أنه "النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة أهداف اللأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة[1] ويمكن أن نعرف الاتصال السياسي إجرائيا في ظل هذا البحث على أنه كل عملية اتصالية أو إعلامية تصدر عن جهة سياسية فردية كانت أو مؤسساتية، رسمية أو غير رسمية، تسعى لتحقيق أهداف محددة متعلقة بالقرارات أو الأحداث أو المواضيع السياسية.

حسب قريقو**Garaigou(2002)**، ظهر الاتصال السياسي في القرن 18 في الولايات المتحدة الأمريكية، بالخصوص أثناء الانتخابات الرئاسية 1939 والتي قادت روزفلت للسلطة (الحكم)، حيث تم انتخاب رئيسا، تغطية هذه الانتخابات بشكل كبير ومذهل، من جهة نظرا لأهمية الرهان لأنه من أجل أن تنتخب رئيسا يتواجه المرشحون، من جهة أخرى نظرا لطول المسار الانتخابي والذي يشد الانتباه ويبقي المواطنون متشوقون .[2]

بهذا أصبح الاتصال السياسي مجال علمي خاص، واليوم خصصت له مجموعة من المنشورات العلمية,مثل **Hermès, Politicalcommunication et press**.: **politics** من الدوريات نذكر **Quartely Opinion Pub** التي تصدرها الجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام. وتقدم محاضرات في الجامعات، كما تخصص له برامج دراسية التي تعنى بالإشكاليات العلمية في الاتصال السياسي ومنهجيات البحث المتبعة فيه.

في عالم الشغل، فالمهنيين في الاتصال السياسي تشتغل في العديد من الميادين (الإعلام الحكومة، الأحزاب السياسية، مجموعات المصالح، وكالات الإشهار...الخ)، العديد اجتمعوا في شكل جمعيات لها منشورات مثل **.elections and Campaigns**

تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون للاتصال السياسي، كل منهم ركز على عنصر أو عناصره المختلفة، فيما يلي سنحاول تقديم مجموعة من التعاريف التي خصصت له[3]:

- تعريف ميدو**Meadow:** الاتصال السياسي هو " الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه".

---

[3] جبار علاوي، الإتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع، ،2015 ص ص 159 .160

[1] محمد بن سعود البشر، مقدمة في الإتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1429هـ ، ص 19.

[2] Pierre Mouandjo B. Lewis, Patrice Mbianda, théorie et pratique de la communication, l'Harmattan, Paris, 2010, P :108.

[3] محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1429ه، ص 16-17

- تعريف تشافي **Chaffee** :الاتصال السياسي هو "أثر الاتصال ووظيفته في العملية السياسية".
- تعريف بليك وهاردسن **Harddsen et Blake :**الاتصال السياسي هو " الاتصال المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحياة السياسية، أو الوجود السياسي بصفة عامة."
- تعريف سكدسون **Schudson:** الاتصال السياسي هو "أية عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع."
- تعريف دينتون وودوارد **Woodward et Denton:** الاتصال السياسي هو: "المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع".
- تعريف ماكنير**Nair Mc** : الاتصال السياسي هو "اتصال هادف يتعلق بالسياسة"، ويشرح ماكنير هذا التعريف الموجز بقوله انه يشتمل على :

أ. كل مستويات الاتصال التي يستخدمها الساسة بغية الوصول إلى غاية محددة وأهداف مقصودة.

ب. الاتصال الموجه إلى هؤلاء الساسة من غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم .

ج.اتصال يتعلق مضمونه بأشخاص الساسة والمشتغلين بالسياسة وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة، ويتعلق أيضا بنشاطاتهم التي تتضمنها التقارير الإخبارية، والافتتاحيات وغيرها من وسائل مناقشة وسائل الإعلام للسياسة والسياسي.

كما يعرف كذلك على أنه: "النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأيالعام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المعتمدة ."[1]

ويعرف كذلك على أنه: "تسيير السلطة المبنية على أساس التبادل" أو "دراسة الفضاء العام أين تمارس ديناميكية السلطة تحت مختلف أشكالها".[2]

فالاتصال السياسي هو "الفضاء أين تتبادل الخطابات المتناقضة لثلاثة فاعلين الذين لديهم شرعية التعبير علنيا على السياسة وهم: الرجال السياسيون، الصحفيون والرأي العام عن طريق الاستطلاع (سبرالآراء)"[1].

[1] محمد بن سعود البشر، مرجع سبق ذكره، ص: 19.

[2] Jacques Gerstlé, la communication politique , Armand Colin, Paris, 2004, p:11

بعد استعراضنا لبعض التعاريف التي قدمت للاتصال السياسي، تأكد لنا جليا أنه من الصعب تحديد هذا المفهوم، مثله مثل العديد من المفاهيم الأخرى في العلوم الاجتماعية، لكن على العموم يمكن الخروج إلى أن الاتصال السياسي يأخذ من السياسة موضوعا له، حيث يعتبر المرسل فيه رجل سياسي، والرسالة خطابا سياسيا، ذو مقصد وهدف محدد، متجه للمتلقي الذي هو الجمهور عبر قنوات الاتصال المختلفة. لكن يرى أرنود مرسيي **Mercier Arnaud**، أنه " لا يمكن حصر الرهان الاتصالي لنشاطات السياسة في مقاربة تقييدية. بل لا بد من النظر في تعريف شامل للاتصال السياسي يغطي جميع أنشطة الاتصال المرتبطة بأصحاب السلطة أوالذين يطمحون أن يصبحوا كذلك، والمنظمات السياسية الإدارية".[2]

المطلب الثاني :خصائص الاتصال السياسي :

إن عملية الاتصال السياسي تعتبر بمثابة الميزان الذي يعمل على المحافظة على التوازن في العلاقات القائمة بين طرفيه (السلطة السياسية والشعب) وبالتالي فإن أي خلل يصيب هذه العملية (نقصد الاتصال السياسي) فإنه سيؤدي إلى فقدان التوازن وسيادة التوتر الاجتماعي والسياسي ونشوب الصراعات بين السلطة الحاكمة والشعب، وذلك بالنظر لاختلاف وجهات النظر، والغايات وانسداد قنوات الحوار والنقاش وغموض المضامين والرسائل السياسية والاتصالية المتباينة، وبالتالي اجتنابا لتلك الاختلافات ممكنة الحدوث فلابد أن تتميز عملية الاتصال السياسي ببعض الخصائص والصفات الت يمن شأنها إنجاح هذه العملية لبلوغ مقاصدها النهائية، وعلى هذا الأساس فإن الاتصال السياسي النجاح يتطلّب مايلي:

-ضرورة توقير المعطيات والمعلومات المختلفة حول الجماهير الشعبية والمتعلقة أساسا بخصائصهم السوسيوثقافية، الديمغرافية وتوقعاتهم وتوجهاتهم وانشغالاتهم، الأمر الذي يساعد على رسم الاستراتيجيات وتحديد الأهداف وصياغة الرسائل السياسية.

- أن تكون الرسائل السياسية واضحة وبسيطة لتكون في متناول الجميع بالإضافة إلى انسجامها مع توقعات الجمهور، بالإضافة إلى ذلك يجب أن تتضمن الرسائل السياسية اهتمامات عامة الشعب ومصالحهم.

- اللغة وهي أكبر عقبة تواجه الرجل السياسي نظرا للوضع اللغوي، فالقاعدة هي أن يختار القائم بالاتصال السياسي أحد سجلات اللغة الملائمة للجمهور الذي يتوجه إليه،

[1]Idem
[2]Arnand Mercier, pour la communication politique, revue Hermès, n°38, 2004, p : 70.

والخطاب الاتصالي الجيد هوالذي يضمن توازنا ما بين اللغة اليومية البسيطة واللغة المتخصصة[1].

كما أن الاتصال السياسي عملية أساسية في الفضاء السياسي المعاصر، يسمح بمواجهة الخطابات السياسية، خصائص السياسة :**الإيديولوجية والفعل** للرجال السياسيين، **المعلومة** للصحفيين، **الاتصال** للرأي العام والاستطلاعات. وتعتبر هذه النقاط الأساسية التي ترتكز عليها المقاربة التي اخترناها في هذه الدراسة، فخطابات الثلاث فاعلين المذكورة تكون في توتر دائم، لأن كل واحد يمتلك جزء من الشرعية السياسية الديمقراطية، ويمكنه التظاهر بتأويل الواقع السياسي في وقت يستبعد الآخر. فالطابع العدائي لكل من الخطابات الثلاث تُنتج من حقيقة أنها لا تملك نفس العلاقة بالشرعية، بالسياسة والاتصال.

- بالنسبة للرجال السياسيين: ترجع الشرعية للانتخاب، فالسياسة هي سبب وجودهم، مع التخوف من بعض الأحداث (ينتجون خلل في الرزنامة) بتفضيلهم لإيديولوجيات المنظمة للواقع. يرتبط الاتصال بإستراتيجية الإقناع لدفع الآخرين للانخراط، رجال سياسيون، صحفيون أو ناخبون.

- بالنسبة للصحفيين: بالعكس، حيث ترتبط الشرعية بالمعلومة التي تمتلك ميزة هشة لأنها تتعلق بالقيمة، بالطبع مهمة، لكن محايلة، التي تسمح بسرد الأحداث والتي تسمح ممارسة حق النقد. يلاحظون وينقلون أحداث السياسة دون القدرة في المشاركة فيها. إنهم "الوجه للوجه" للرجال السياسيين.
- بالنسبة للاستطلاعات: "ممثلة" للرأي العام ، فالشرعية من طابع علمي تكنولوجي. الهدف هو التصوير الأمثل للواقع، الذي لا يمتلك مسافة موضوعية إلا عن طريق مشكليه. فالسياسة تشكل القضية الأساسية لنجاحها المسبق (الاستطلاعات) والتي تضفيها لسلوك الهيئة الناخبة[2].

للاتصال السياسي خاصية أخرى مهمة، وهي أنه ليس فضاء مغلق لكنه مفتوح على المجتمع، فيهذا الصدد كل من الفاعلين يتحدث، بشكل دائم، على مستويين؛ من جهة، حلفاء الاتصال السياسي وللنظراء ومن جهة أخرى للرأي العام.

[1] صحراوي بن شيخة وآخرون :**التسويق السياسي**، كنوز المعرفة، عمان، 2010،ص 267

[2] Dominique Wolton, la communication politique : construction d'un modèle, op.cit, p p : 36-37.

المطلب الثالث: وظائف الاتصال السياسي:

يعد الاتصال السياسي من العمليات الاجتماعية الهامة التي تعتمد عليها مختلف الأنظمة الإجتماعية والسياسية للتواصل مع الجمهور بشكل دائم، بغية خلق العلاقات الجيدة ما بين الطرفين والسعي للحفاظ عليها وتعزيزها، كما تساعد عملية الاتصال السياسي في دعم مشروعية النظام السياسيمن خلال تقديم صورة حسنة، مشتركة وإيجابية عنه كونه نتاج شعبي، وعليه يمكن القول أن عملية الاتصال السياسي تقوم بعديد الوظائف التي لا يمكن الاستغناء عنها سواء على مستوى الأنظمة السياسية أو على المستوى الجماهيري، بالنسبة للأنظمة السياسية فالاتصال السياسي يعد بمثابة الميكانيزم الذي تتحكم من خلاله تلك النظم في الرأي العام وتسييره وتوجيهه نحو الوجهة التي تخدم مصالحها، وكذا اتخاذه كأداة لإرساء دعائم شرعية الحكم والمحافظة عليه.

أما بالنسبة للرأي العام الجماهيري فمن خلال عملية الاتصال السياسي، أمكنه التعبير عن آراءه ومواقفه إزاء الأنظمة السياسية، وما يصدر عنها من قرارات، مشاريع أو تصرفات، كما يمكنه من خلال هذه العملية تبليغ اشتغالاته ومشاكله وإيصالها إلى الجهات السياسية الوصية، من أجل دراستها ومحاولة إيجاد الحلول لها، كما يمثل الاتصال السياسي بالنسبة للجماهير في الأنظمة الديمقراطية فرصة وعامل مهم للمشاركة في صنع واتخاذ القرارات السياسية، وعموما يمكن القول أن أهم وظائف عملية الاتصال السياسي تتمثل في : الإعلام السياسي والإخبار، الدعاية السياسية التحليل والتفسير، التأثير في اتجاها تالرأي العام، التسويق السياسي، التوعية السياسية، التنشئة السياسية والنقد السياسي.

1 - :الوظيفة الإخبارية والتوجيهية:

تعد هذه الوظيفة من أكثر الوظائف السياسية تأثيرا في المجتمع والنظام السياسي على حد سواء فهي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولة الاتصال الجماهيري باستخدام النشر والبث على نطاق واسع حتى وصلت إلى عصر الثورات المتتالية في عالم الاتصال، فهي تشجع في الإنسان حاجته الفطرية في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية...الخ، وتهدف إلى نشرالأخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى البيانات والمؤتمرات والصور والوثائق والرسائل والتعليمات، من أجل فهم الظروف المجتمعية والقومية والدولية والتصرف وإزاءها عن علم ودراية وتعد الأخبار متحدثا رسميا باسم الحكومة في أي دولة من الدول وناقلا للمعلومات السياسية وما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمصالح القومية العليا، فهي

إلى جانب وظيفتها في إعلام الجمهور عن سياسات الدولة وإعطاء قراراتها الشرعية، تهدف إلى صنع وخلق قبول شعبي للحفاظ على قوة الدولة أوتعزيزها، وتؤدي وظيفة الإخبار دورا سياسيا مهما في تكوين الرأي العام المستنير وتطويره عن طريق الإمداد بالمعرفة العامة، وتنمية المجتمعات من خلال الأخبار الصادقة والمعلومات الدقيقة الكاملة والآراءالجديدة الهادفة[1].

ويسعى السياسيون إلى تقديم معلومات وتعليمات وأخبار وتوجيهات من شانها توعية الناس وإعلامهم بالأهداف والظروف المحيطة بهم في الداخل والخارج، وتتنوع هذه المعلومات من أهداف سياسية إلى معلومات اقتصادية أو ثقافية أو تعليمية...الخ، وإذا افترضنا حسن النوايا لدى السياسيين فإن الهدف النهائي لكل ذلك هو ربط الجمهور (الشعب) بأهداف وسياسات الدولة التي تصب في النهاية في مصلحة الشعب، ليكون أفراده واعين لما يحيط بهم وقادرين وفاعلين ومشاركين في تحقيق أهداف التنمية والتطور إلى جانب الدفاع عن مصالح وحقوق شعبهم ودولتهم، بيد أن محتوى وسائل الإعلام الإخباري يتعدى حدود الأخبار والإعلام والتوعية إلى ما هو أبعد من ذلك بكثير، إذ أن محتويات وسائل الإعلام يمكن أن تدعم أو تقوض الأنظمة السياسية الفرعية وتؤثر على السياسات ولهذا يعمل المسؤولون على تقديم رؤاهم السياسية أفضلياتهم من خلال وسائل الإعلام، غير أن وسائل الإعلام صارت تساهم في صناعة الأخبار أو في تقدير حجم أهمية هذه الأخبار، وهي المخولة بوضع تقييمها الخاص أثناء جدولة وترتيب أهمية هذه الأخبار[2].

كما تعتمد مختلف الأنظمة السياسية والحكومات على الوظيفة الإخبارية لشرح وتفسير مختلف المبادرات التي تقوم بها وكذلك الإجراءات المتخذة من قبلها لتنظيم وتسيير شؤون العامة، بالإضافة إلى العمل على إقناع الشعب بسياساتها أفكارها وتوجيهاتها، وكذا محاولة إحداث التلاحم والانسجام ما بينها وبين أفراد شعبها، وبالإضافة إلى ذلك فإن السلطة السياسية تعمل على كسب معركة الرأي العام[3] وذلك من خلال التحكم والسيطرة عليه وتوجيهه نحو الوجهة التي تخدمها وتتماشى مع خصالها، ويشيربعض الباحثين إلى أن هناك نمطي استخدام مختلفين لهذه الوظيفة الإخبارية المعرفية بالنسبة للأفراد فالأول له علاقة بملاحقة الأحداث الجارية التي تقع ومعرفة ما

[1] سعد بن سعود بن محمد :**الاتصال السياسي في وسائل الإعلام و تأثيره في المجتمع السعودي**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2006 ، ص60

[2] عزام أبو الحمام :**الإعلام الثقافي**، دار أسامة للنشر، عمان،2010 ص 170

[3] Pierre Mongean et Johanne saint- Charles: **Communication horizons de pratiques et de recherche**, volume2, Presse de l'université du Québec, Québec, 6002, p64.

تقوم به الحكومة، وفهم ما يحدث في العالم بالإضافة إلى معرفة ما يقوم به القادة، والثاني يتعلق باستخدام وسائل الاتصال السياسي لمعرفة العامة وزيادة الخبرات والمعلومات الشخصية، وبسبب تعود الفرد في المجتمع الحديث والتعرض لكم هائل من الأخبار والمعلومات أصبحت وسائل الاتصال ذات أهمية كبيرة في تحقيق هذه الوظيفة المتطورة والمتزايدة لديه وهذا ما جعل الكثير من الحكومات تستغل حاجة شعوبها إلى الأخبار والمعلومات الجديدة، فتنتقي من بينها ما يتفق مع سياساتها وأهدافها وتقدم المعالجة الإخبارية في نفس الإطار الذي يخدم تلك السياسة ويحقق هذه الأهداف، وهو ما ينأى بالإعلام عن دائرة التأثير الطبيعي التلقائي إلى دائرة التأثيرالمقصود وتقوم هذه الوظيفة بخدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم، كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية العامة أو المنظمات الرسمية أو الشعبية يساهم في تكوين الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير[1].

كما تهدف عملية الاتصال السياسي إلى توجيه اهتمام الجمهور لقضايا واهتمامات يرغب السياسي بإثارة الاهتمام بها ولفت الانتباه إليها، أو قد تبادر وسائل الإعلام نفسها بالقيام بذلك وفق توجيهات من رئيس التحرير أو بمبادرة من الصحفيين أنفسهم، إذن فمن الواضح أن السياسيين يرغبون بتوجيه أنظارالإعلاميين إلى قضايا يعتبرونها مهمة، وإثر ذلك يقوم هؤلاء بنقل مختلف التوجيهات[2]. وعموما يمكن القول أن مختلف الأنظمة السياسية تسعى من خلال الوظيفة الإخبارية إلى تحقيق الأمن الإعلامي في مجال الأخبار، عندما تتحقق لديها القدرة والكفاءة العالية في التغطية الإخبارية على مستوى العالم، بحيث ترصد الأحداث في مواقعها الطبيعية من خلال وسائلها الإعلامية وشبكة مراسليها، الذين يقومون بتغطية الأحداث وتصويرها والتعليق عليها من زواياها المطلوبة والحقيقية في الوقت المحدد، وفي ضوء مصالحها وفلسفتها السياسية والأيديولوجية، بدلا من أن تظل عالة على ما تقدمه شبكات الأخبار العالمية التي لاتعمل إلا لصالح دولها.[3]

2 - : الدعاية السياسية

يمثل النشاط السياسي أهم وظائف الاتصال السياسي خاصة ما تعلق بالسياسيين والأنظمة السياسية سواء كانت أنظمة ديمقراطية أو دكتاتورية، وذلك لما لهذا النشاط الدعائي من دور بارز وكبيرفي إرساء دعائم الحكم وتثبيته، وتشير الدعاية كما جاء في الموسوعة السياسية : ً بأنها نشر الأفكاروجهات النظر والمواقف المرغوب أن يتبناها الآخرون ... وهي تستخدم أحدث وسائل الإعلام والاتصال بالناس من صحافة،إذاعة،

[1] سعد بن آل سعود :**الاتصال والإعلام السياسي**، مرجع سابق، ص .61
[2] عزام محمد أبو الحمام: مرجع سابق، ص .171
[3] سعد بن آل سعود :**الاتصال والإعلام السياسي**، مرجع سابق، ص. 62

تلفزيون، سينما ومنشورات، كما تستخدم فنون الإيحاء الذاتي المبنية على اكتشاف علم النفس الفردي والاجتماعي، وتعمل الإذاعة على تبسيط الأمور وإبراز المزايا وإخفاء العيوب والأخطاء مما قد يقضي على أية قدرة على النقد وعلى الحكم الموضوعي المتعقل[4].

إذن يتضح من خلال هذا التعريف أن الدعاية أسلوب فعال يستطيع من خلاله الداعية أو القائم بالاتصال من نشر الأفكار والمواقف وبثها ومحاولة إقناع الآخرين بتبني مواقفه، وذلك بالاعتماد على مختلف الوسائل والأساليب الممكنة لتحقيق ذلك، وفي هذا الصدد نجد الباحث **"والتر ليبمان "** يرى بأن الدعايةً هي محاولة للتأثير في نفوس الجماهير والتحكم في سلوكهم لأغراض ذات قيمة مشكوك فيها وفي مجتمع ما وفي زمن معين.[1]

ومن الناحية التاريخية فإن مصطلح الدعاية قد اشتمل على مفهومين: الأول مفهوم ديني وهو مرادف لكلمة دعوة أي معنى نشر الحق وترويجه اعتمادا على المنطق، وكانت لذلك ترفض الكذب والتشويه لأنها عبارة عن حديث موجه من عقيدة معينة إلى من يمكن أن يؤمن بها بالفعل، ومن ثم كانت أكبر من عملية الإخبار والإعلام لأنها تفرض أولا وجود علاقة ولاء قائمة أو ممكنة، والثاني مفهوم سياسي يتضمن عملية الإقناع السياسي ويختلف في طبيعته عن الإعلام السياسي والذي يستهدف تشكيل الرأي العام وإقناعه سياسيا[2].

تعتبر الدعاية السياسية وليدة الحرب العالمية الثانية وبخاصة مع معسكر النازية – الألماني- وممثلة في الوزير الألماني**"جوزيف غوبلز "** الذي وضع الأسس الأولى للدعاية السياسية وذلك من خلالسعيه لنشر القيم الألمانية على الصعيد العالمي والتهليل بقوة وعظمة وانجازات الجيش الألماني بقيادة الزعيم " أدولف هتلر" وكذا العمل على زرع الثقة في نفوس الجنود والمقاتلين، الأمر الذي يزيد منحماستهم بالإضافة إلى العمل على زعزعة الخصوم من خلال تشتيت انتباههم وزعزعة استقرارهم وإ حباطمعنوياتهم؛ إذن ومنذ ذلك الحين أصبح اعتماد مختلف الحكومات على الدعاية السياسية عاملا مهما فيتحقيق أهدافها، وفي هذا الصدد نجد الباحث **جاك درينكورJaque Driencourt" "** يقول " أصبحت الدعاية القوة السياسية الجديدة، فمنذ نهاية الحرب العالمية الثانية، فإن الدعاية سيطرت على العالم، فقد تموضعت جيدا داخل مختلف الحكومات ومن دون

[4] عبد الوهاب الكيالي :**موسوعة السياسة**، الجزء الثاني، المؤسسة العربية للدراسات، بيروت،،1981ص :.06

[1] عاطف عدلي العبد :**الدعاية والإقناع**، الجزء الأول، دار الفكر العربي، القاهرة،،2007ص .20
[2] محمد منير حجاب :**الدعاية السياسية وتطبيقاتها**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،،1998ص. 149

حواجز وذلك بصفة رسمية، فهي موجودة بجانب أجهزة الشرطة والعدالة والمالية ... لقد نظمت السياسة الداخلية والدولية..."[3]

انطلاقا من الأهمية التاريخية والعملية للدعاية السياسية فإننا نجد الأنظمة السياسية وعلى اختلافها تعتمد اعتمادا كبيرا على النشاط الدعائي لتحقيق ما يلي: الترويج للسلطة السياسية الحاكمة ومحاولة إعطائها صورة جيدة لدى عامة الشعب، ومحاولة إقناع أفراد الشعب بقبول وتبني سياساتها وبرامجها وأفكارها ومشاريعها الأمر الذي يمكن من تحقيق الأهداف العامة للدولة، لخلق نوع من التلاحم والاتفاق ما بين السلطة الحاكمة والشعب، وكذا محاولة كسب الرأي العام والسيطرة والتحكم فيه الأمرالذي يمكن السلطة السياسية الحاكمة من ممارسة نشطها دون عوائق أو مشاكل، وذلك بعيدا عن كلصراع أو توتر ممكن، علاوة على الترويج لمختلف الشخصيات السياسية خاصة تلك المنضوية تحت جناح السلطة، ومحاولة إعطائها بعدا شعبويا من خلال قبولها جماهيريا والتفاف مختلف الأفراد حولها.
بالإضافة إلى التهليل لمختلف المشاريع والانجازات التي حققتها السلطة الحاكمة الأمر الذي يمّكن من خلق رضا شعبي عنها.

3 - : التأثيرات في اتجاهات الرأي العام:

يعتبر الرأي العام من أهم اهتمامات النظم السياسية على اختلافها وتنوعها، وذلك لما لها من دوربارز في دعم وإرساء معالم الحكم لتلك الأنظمة السياسية ، فمن خلال الرأي العام يتعرف أي نظام سياسي على مدى تقبل الرأي العام له والتفاعل معه والاستجابة إلى تعليماته وتوجيهاته، إذ يشكل الرأي العام متغير بارز وثابت في المعادلة السياسية، إذ على النظام السياسي أن يراعي اتجاهات الرأي العام نحوه وكذا متطلباته وحاجاته، وبالتالي العمل على حل ومعالجة مختلف متطلبات الرأي العام، وكذا القيام بمختلف البرامج والمشاريع التي تتماشى وتطلعات أفراد الشعب، الأمر الذي يمكّن من الإمساك بزمام الأموروكسب رضا الرأي العام، ولتحقيق هذا المبتغى فإن مختلف الأنظمة السياسية تعتمد على عملية الاتصال السياسي للتحكم في الرأي العام والسيطرة عليه وتوجيهه نحو الوجهة التي تخدمها، ومعتمدة في ذلك على مختلف الوسائل الإعلامية[1].

[3]Gabriel Thoveron: **la communication politique aujourd'hui**, Deboeck- Wesmael, Bruxelle, 1990, p13

[1] سعد بن آل سعود :**الاتصال والإعلام السياسي**، مرجع سابق، ص 69

وعلى هذا الأساس فقد أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكّل الرأي العام، وذلك من خلال طبيعة معالجتها (وسائل الإعلام) لمختلف القضايا والأحداث، إنفعالية المعالجة الإعلامية تؤثر تأثيرا كبيرا على إدراك ملايين الناس للحقيقة، حيث أن هذه الوسائل تأخذ الناس إلى ساحات الحروب ومواقع الأحداث حول العالم وبالتالي تقرب وجهات نظرهم وتوحدهم حول القرارات والتحركات السياسية، وتحدد المهم وغير المهم للصفوة ولسائر أفراد المجتمع، كما أن الصورالتي تقدمها هذه الوسائل عن الواقع هي أكثر فاعلية ونفوذا خصوصا في حال تناولها المواضيع والجوانب من الحياة التي لا يستطيع أن يراها الناس أو يعايشونها إلا من خلال تلك الوسائل مثل: الحياة الخاصة للسياسيين والثورات في الدول المجاورة وغيرها[1].

كما تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الإعلام من أجل توجيه الرأي العام المحلي، وتحديد مواقفه المساندة لسياستها وبرامجها ومشاريعها وقراراتها المختلفة، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات، وحتى تعمل هذه الحكومة بكفاءة يتوجب عليها أن توفر درجة ملائمة من الاتصال بينها وبين القاعدة الجماهيرية، حيث يتم طرح القرارات بعد الوقوف على توجهات الرأي العام من خلال رصدها في وسائل الإعلام وعبر مختلف استطلاعات الرأي، الأمر الذي يمكّن من جمع المعلومات اللازمة ويفضل أن يتم ذلك عن طريق متخصصين وخبراء فنيين متخصصين في تحليل المعلومات الواردة والتغذية الراجعة بصورة خالية من التحريف والتشويه[2] كما أنه من خلال مضمون وسائل الإعلام يمكن التعرف على توجهات الرأي العام ورؤيته حول مختلف القضايا والموضوعات، مما يرشد السلطة السياسية ويسهم في إنجاح سياساتها، ويقلل من فرص تعرضها للسخط والانتقاد من قبلالرأي العام والحكومات لا تستطيع أن تصل للجماهير إلا من خلال هذه الوسائل، والتي لها قوة كبرى في التأثير على الرأي العام، مما أن ثقة الجمهور في وسائل الإعلام تفوق عادة ثقته في الحكومات[3].

4 - :التسويق السياسي:

تعتبر عملية التسويق السياسي من أهم وظائف الاتصال السياسي، وهي تعد وليدة العصرالحديث وذلك بالنظر للتسابق المحموم الذي زاد بين مختلف القادة والسياسيين في مختلف الدول حول الوصول إلى مراكز صنع القرار والسيطرة عليها، وبالتالي كانت الحاجة إلى الاستعدادات آلية جديدة تمكّن هؤلاء السياسيين من التعرف على حاجات

[1] سعد بن آل سعود :**الاتصال والإعلام السياسي**، مرجع سابق، ص 69
[2] محمد حمدان المصالحة :**الاتصال السياسي مقترب نظري**،ط ،2دار وائل للنشر، عمان،،2002ص 57
[3] سعد بن آل سعود :**الاتصال والإعلام السياسي**، مرجع سابق، ص. 70

ورغبات مواطنيهم، والعمل على إيجاد وإعداد البرامج السياسية المناسبة التي تلبي تلك الحاجات، وكذا العمل على تسويق برامج وصورة المترشح السياسي.

ويتألف التسويق السياسي من شقين: الأول التسويق والثاني السياسي، أما التسويق فهو عملية مرتبطة أساسا بالجانب التجاري والاقتصادي، وهو يشير" إلى مجموع المناهج والوسائل التي تستخدمها منظمة ما من أجل ترويج وترقية مبيعاتها وذلك بالنسبة لجماهيرها، الأمر الذي يمكّنها من تحقيق أهدافها[4] وهذا يعني أن عملية التسويق تتضمن مختلف الأساليب (الطرق) وكذا الأدوات التي تعتمد عليها أي منظمة من أجل الوصول إلى جماهيرها ومن ثمة التعرف على حاجاتهم ومتطلباتهم، وكذا استخدام الأساليب الفعالة من أجل ترويج المنتجات وترقيتها، وهو ما من شأنه تحيق الأرباح المادية التي تصبو المؤسسة إلى تحقيقها، كما أن التسويق **marketing** " هو مصطلح أنجلو سكسوني يشير إلى مختلف العمليات المتعلقة بالخلق والمحافظة والتوسيع من دائرة زبائن المؤسسة وعملائها [5].

أما الشق الثاني من مصطلح التسويق السياسي هو السياسي، وهو يحدد مجال عمل هذا الفرع منفروع التسويق، والمجال السياسي الذي يشتمل على العديد من العناصر والمكونات كالسلطة والنفوذ كالحكومة والأحزاب السياسية وجماعات المصالح والضغط، والبرلمان والقضاء وقوى المجتمع المدني ورجال السياسة والقادة السياسيون ، كما أنه يتضمن العديد من العمليات كالانتقادات، تداول السلطة وصنع القرار السياسي، إدارة الأزمات...الخ، وعلى مستوى آخر فإن المجال السياسي يشتمل على عدد من الفاعلين السياسيين كالدولة والمنظمات الدولية والإقليمية المتخصصة والشركات العابرة للحدود والجمعيات الحكومية وغير الحكومية...الخ. عموما يمكن القول أن المجال السياسي يحتوي على قيم ونظم، مؤسسات سياسيات ووظائف ومواقف كما أنه مجال مركب حيث يبدأ من النطاق المحلي فالوطني فالإقليمي فالدولي.[1]

وبناءًا على ما سبق فإن عملية التسويق السياسي تشير إلى مختلف أساليب التخطيط والتنفيذ، والبناء، والدعم، والتأيد الجماهيري للمؤسسة السياسية أو البرنامج أو مرشح سياسي، والمحافظة على هذا التأييد من خلال تحقق مزايا تنافسية لهذه المؤسسة أو الحزب أو المرشح السياسي، وذلك باستخدام خطط إستراتجية تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري وقنوات اتصال مباشرة في إحداث التأثير المرغوب في تسويق الأفكار أو

[4]Ulrike Mayrhofer: **Marketing**, 2émé edition, Bréal, 22006, p12.
[5]Catherine Viot**: l'essentiel sur le marketing**, Berti édition, Alger, 2006, p01
[1]محمد سعد أبو عامود :**التسويق السياسي وإ دارة الحملات الانتخابية**، منشأة المعارف، الإسكندرية،،2007ص .23

الأشخاص، وبالتالي فإن التسويق السياسي يسعى إلى إنشاء وصيانة وتوسيع وتعزيزالعلاقات مع الجماهير بما يحقق مصلحة أو فائدة للمجتمع والفاعلين السياسيين من خلال تبادل المنافع بين الأطراف[2]، أما الباحث **"أرون Aron"** فيعتبر التسويق السياسي بأنّه: تحليل، تخطيط، تنفيذ والتحكم في البرامج السياسية والانتخابية التي تضمن بناء العلاقات ذات المنفعة المتبادلة بين كيان سياسي ما أو مرشح ما والناخبين والحفاظ على هذه العلاقة من أجل تحقيق أهداف المسوق السياسي[3].

إذن ومما سبق يتضح أن التسويق السياسي عملية مهمة في ترويج البرامج والتعريف بالشخصيات والفاعلين السياسيين لدى المجتمع المدني وذالك من خلال الاعتماد على أساليب وطرق فعالة واستراتيجيات واضحة تقوم بالأساس على التعرف على حاجات ورغبات المواطنين وتطلعاتهم المختلفة ومن ثم العمل على إعداد وتصميم البرامج والخطط الكفيلة بتحقيق ذالك، وهو ما يمكّن في الأخير من تأسيس علاقة ثقة وتفاهم ما يبين الأطراف السياسية الفاعلة وجماهيرها والعمل على المحافظة على هذه العلاقة الطيبة دوما من خلال اعتماد سياسة اتصالية دائمة ومرنة تسمح بالتبادل الحر والسريع للرسائل السياسية ما بين الطرفين ما يبين الفاعلين السياسيين والجمهور.

ومن جهة أخرى فإن بعض الباحثين يعتبرون أن ظاهرة التسويق السياسي قد أتت كاستجابة للتطورات المعاصرة في وسائل الإعلام قد ازداد دورها السياسي سواء لوضع موضوعات النقاش العام أوالحملات الانتخابية لتبلغ ذروات تأثيرها على اختيارات الناخبين في عملية التصويت، ويركز هؤلاء الباحثين على أهمية الاتصالات السياسية في نطاق الحملات الانتخابية والأنشطة السياسية الأخرى منحيث تأثيرها على اهتمام المواطن وانشغاله بالعملية الديمقراطية ككل، ومن ثم فدارسو الاتصال السياسي وفقا لهذه الاتجاه يتجهون إلى رؤية السياسة ووسائل الإعلام كشيء متضافر لا ينفصل، فالأنشطة والأهداف والعمليات كل منها تتأثر بالأخرى، وبالتالي يزداد الاهتمام بجودة الاتصالات السياسية وتحقيق استقرار النظم الديمقراطية من خلالها، ومن النتائج الأساسية للاتصالات السياسية في هذا الإطار نجد التحول في مكانة وأهمية وسائل الإعلام من قناة ضرورية للاتصالات إلى مركز قوى مستقل بدرجة متزايدة وفعالة في مختلف العمليات السياسية بما في ذلك الحملات الانتخابية.

وفي هذا الإطار تشير إحدى الدراسات إلى أن وسائل الإعلام قد صارت مؤسسات سياسية تتكامل يوما بعد يوم مع عمليات الفروع الثلاثة للحكومة وأن هذه العلاقة قد

---

[2] ساجي عبد العزيز :**التسويق الاجتماعي والسياسي**، دار نهضة مصر، الجيزة،،2013ص .24

[3] صحراوي بن شيخة وآخرون :**التسويق السياسي**، كنوز المعرفة، عمان،،2010ص .93

صارت محورية، فالإعلاميون اليوم يوجدون حيثما يوجد السياسيون، كما أن دور وسائل الإعلام قد أصبح مؤسسيا خلال العملية السياسية ومؤثرا في صنع السياسية ومثيرا ومحفزا للأفعال السياسية.[1]

وتوضح بعض الدراسات التطورات التي حدثت في تطبيقات التسويق السياسي والتي يمكن أن تكسب صفة العمومية بالنسبة لأغلب النظم الديمقراطية إلى الأسباب التالية [2] : ازدياد تعقد الاتصال السياسي ودورانه السريع، وبروز استراتجيات لإدارة المنتج السياسي وتشكيل الصورة الذهنية فيالمجال السياسي، وازدياد أهمية إدارة الأخبار، وكذا تطوير إستراتجية التطوير التسويق السياسي المتماسك والمخطط، زيادة على اشتداد وتكامل استخدام أبحاث السوق السياسي، والتأكيد على أهمية تنظيم التسويق السياسي خاصة في ظل بيئة تنافسية تسعى إلى الوصول والسيطرة على مراكز صنع القرار .

5 - : التوعية السياسية:

يلعب الاتصال دورا مهما في عملية نشر الوعي السياسي لدى الجماهير، وذلك أن وسائل الإعلام والأنظمة السياسية تعتمد على الاتصال السياسي من أجل توعية أفراد الشعب بكل الأحداث والقضايا التي تهمهم وتهم مجتمعاتهم، وكذا تزويدهم بمختلف المعلومات والأخبار، التي من شأنها تكوين رصيد معرفي معتبر يمكّن العامة من الناس من فهم العالم الخارجي والأحداث الدائرة فيه، الأمر الذي يؤدي إلى خلق قاعدة جماهيرية واعية من شأنها أن تتفاعل بإيجابية مع النظام السياسي، وبالتالي مساعدته على الاستقرار والتطور وتحقيق التنمية الاجتماعية والدفاع عن مصالح البلد على المستوى الإقليمي والعالمي ،ويشير الوعي إلى تلك الحالة النفسية والعقلية التي يستطيع من خلالها الفرد إدراك عالمه الخارجي الأمرالذي يمكّنه من فهم مختلف الأحداث والعوالم " الأشياء المادية " المحيطة به.

أما الوعي السياسي فهو أحد أوجه الوعي بصفة عامة (وعي ديني، وعي أمني، وعي بيئي...الخ) وهو يتضمن: "مجموع من المبادئ والقيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحركمن أجل تطويرها وتغييرها[1]، كما يشير الوعي السياسي إلى تلك العملية التي يستطيع الإنسان عن طريقها معرفة العالم وتغيراته، ودوره في العملية السياسية ومشاركته في التصويت في الانتخابات أوالسلوك الانتخابي واتجاهاته

[1] محمد سعد أبو عامود: مرجع سابق، ص.ص، 17-18.
[2] نفس المرجع، ص 35.
[1] أحمد حسين اللقاني، وعلي الجمل :**معجم المصطلحات التربوية**، عالم الكتاب، القاهرة،،1996ص 204.

السياسية وانتمائه للأحزاب، وكيفية الاعتماد على كل هذه المتغيرات في تقويم الواقع السياسي لمجتمعه، والتعرف على ما ينبغي دعمه أو تغييره في هذا الواقع[2].

إن اكتساب الأفراد لوعي سياسي يمكّنهم من تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدا عن العواطف وتأثيرات البيئة وكذا رصد الايجابيات حيث يساعد الوعي السياسي للمحيط الذي يعيش فيها الإنسان على تحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة، بحيث تعطي الواقع مشهدا علميا يمكن من القضاء ومقاومة الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل وأخطر الأزمات التي تعصف بالمجتمعات غير الواعية ، الأمر الذي يجعلها عرضة للسيطرة والاستبداد[3].

وعليه يمكن القول أن عملية الوعي السياسي عملية مركبة وتطورية فهي ليست شيئا بسيطا يمكن تعيينه ووصفه بدقة، بقدر ما هي جملة عمليات متداخلة أهمها جمع المعلومات، وتشكيل الأفكار على نحو يجعل الأشخاص أكثر تفاعلا مع بيئتهم وما يحيط هم من أحداث، حيث يسهم الوعي السياسي في بلورة رؤية أفراد المجتمع للنظام السياسي والعمليات السياسية ويحدد مواقفهم منها، ومدى مشاركتهم في نشاطاتها وصنع القرارات السياسية وتوجيهها داخل المجتمع، بالإضافة إلى ذلك فإن مجال الوعي السياسي هو مجال واسع من ميادين المعرفة حيث يشمل على التعرف وفهم العديد من الموضوعات التي تمس حياة الفرد وبيئة المجتمع مثل: نشأة وتطور الدول، وصف وتحليل ومقارنة دساتيرها، مؤسساتها، تركيبتها الحكومية، العمليات والأدوار والوظائف السياسية، التي تقوم بها الحكومة والأنظمة القانونية، القواعد والتنظيمات الاقتصادية والتجارية والصناعية التي تفرضها الدول على الأفراد والجماعات لتنظيم العلاقات الاجتماعية، بالإضافة إلى فهم وتحليل طبيعة الرأي العام، وفهم العلاقات بين الدول سواء السياسية الاقتصادية أو الثقافية وما ينظمها من قوانين دولية[4].

6 - :التنشئة السياسية:

شكّل موضوع التنشئة السياسية اهتمام العديد من الباحثين والدارسين من مختلف التخصصات (علم النفس، علم الاجتماع ، علم السياسة) لما له من أهمية كبرى في إعداد فرد فعال في المجتمع وبايجابية وتعد التنشئة السياسية من الوظائف الهامة والحساسة التي يضطلع بها الاتصال السياسي، لتمكين الأفراد من تكوينهم سياسيا وإعدادهم للمشاركة بفعالية في الحياة السياسية، الأمر الذي يمكن من خلق نوع من التوازن ما بين السلطة

[2] عبد الله بن علي الفردي :**الوعي السياسي في الإعلام**، دار طويق للنشر، الرياض،،2010ص .23
[3] زير فان سليمان البر واري :**الوعي السياسي وتطبيقاته**، مطبعة خاني، دهوك،،2006ص. 27
[4] عبد الله بن علي الفردي: مرجع سابق، ص.ص، .24-25

السياسية والشعب، وهو ما من شأنه بعث الاستقرار الاجتماعي والسياسي، ومن ثم الوصول لتحقيق مختلف الأهداف التي تسعى السلطة السياسية لتنفيذها.

وتشير عملية التنشئة السياسية إلى تلك العملية التي يكتسب من خلالها الفرد : معلومات وقيم ومعارف مناسبة عبر الزمن ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والأيديولوجية، التي تؤثر في سلوكه وممارسته اليومية وتحدد درجة نضجه وفاعليته السياسية في المجتمع،[1] وتتعدد مصادر التنشئة السياسية للفرد من أسرة، مدرسة، أصدقاء ، دور العبادة ووسائل الإعلام ولعل هذه الأخيرة تعد من أهم المصادرالتنشئة السياسية نظرا لقوتها وفاعليتها وانتشارها الواسع بين الأفراد، حيث أنها تقوم بأدوار مهمة ومتعددة كالتعليم والتثقيف والإخبار، التحليل والترفيه وهو ما من شأنه تكوين فرد واعٍ ومضطلع على كل ما يدورحوله من أحداث.

وإذا كانت التنشئة السياسية تستهدف في حد ذاتها خلق المواطن الحر الذي يعتز بوطنه وأمته والدفاع عنها، فإن وسائل الإعلام تستطيع زرع قيم ومفاهيم ومبادئ المجتمع التي يعتز بها ويدافع عنهاوهي نابعة من تراثه وأصالته، وليس هذا فحسب بل إن وسائل الإعلام الجماهيرية قادرة على مواجهة الإعلام المعادي والتصدي له، والحيلولة دون أفكاره الهدامة والتي عادة ما تكون موجهة من قبل الدول والأنظمة الإمبريالية إلى دول وشعوب العالم النامي، مستهدفة زعزعة أمنه واستقراره، كما تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في تغيير وتطور المجتمعات إلى مرحلة الدولة الحديثة العصرية، فهي جزء لا يتجزأمن المجتمع الذي تعمل فيه، فهي وسيلة لتحقيق التحول الاجتماعي والسياسي المنشود والعمل على تضييق الفجوة بين الصفوة الحاكمة وعامة الشعب[2].

وسائل الاتصال السياسي بدور مهم في التنشئة السياسية للأفراد من خلال تقديمها للمعلومات عن العالم السياسي والحقائق النوعية أو القيم السياسية العامة، كما يمكن أن تساعد أفراد الجمهور في التعرف على العناصر التي تتيح القوة والنجاح والسيطرة في المجتمع، هذا بالإضافة إلى أنوسائل الإعلام تؤثر بشدة في تشكيل المعتقدات السياسية للأفراد، وهناك من يرى بأن الأسباب التي تكمن وراء طاعة الأفراد لصاحب السلطة أو لظاهرة السلطة تنبثق من الأسس التنظيمية التي يخضعون لها وأن أي انحراف عن هذا يعتبر موجها ضد قيم الجماعة وليس ضد صاحب السلطة، وقد يرجع سبب الطاعة إلى عملية التنشئة السياسية في المجتمع كما تتفاعل وسائل الإعلام مع مختلف مؤسسات المجتمع حيث تقوم بدور الوسيط بين هذه المؤسسات والجماهير، فهي في كثير من

---

[1] خالد رجب وغادة حجازي: التنشئة السياسية وعلاقتها بتوكيد الذات،**مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية**، عدد ،3المجلد ،21يوليو ،2013ص. 83

[2] مولود زايد الطيب :**التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع**، المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، عمان،،2001ص 88.

الأحيان تنقل مؤشرات سياسية من مصادر أخرى للتنشئة السياسية كالمدرسة والأحزاب السياسية، إلا أن دور وسائل الاتصال السياسية في الوقت الحالي لا يقف عند نقل الأحداث والتوجهات السياسية، وإنما المساهمة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في صنعها، مما يدعم دورها الإيجابي في عملية التنشئة السياسية[3].

وعموما يمكن القول أن الاتصال السياسي يلعب دور هام و بارز في عملية التنشئة السياسية، إذ تعتمد عليه مختلف الأنظمة السياسية لخلق مجتمعات واعية ومدركة لحقوقها وواجباتها السياسية، وهو مايسمح بخلق نوع من التفاعل الإيجابي ما بين السلطة السياسية وعامة أفراد الشعب، ويتم ذلك من خلال:

- تلقين الأفراد القيم والمبادئ الاجتماعية والسياسية التي يؤمن بها المجتمع ومحاولة غرسها فيهم.
- تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم السياسية الأمر الذي يمكّن من خلق وعي سياسي لدى الأفراد.
- تزويد المواطنين بمختلف المعلومات والأخبار المتعلقة بمختلف الأحداث والقضايا وهو ما من شأنه مساعدتهم على تكوين أراء ومواقف واتجاهات صائبة وسليمة إزاءها.
- العمل على تكوين ثقافة سياسية واسعة لدى المواطنين والعمل على إثرائها وتعزيزها باستمرار الأمرالذي يسمح لهم بالولوج والانخراط في الحياة السياسية بفعالية.

[3] سعد بن آل سعود :**الاتصال والإعلام السياسي**، مرجع سابق، ص .64

المبحث الثاني : أخلاقيات الاتصال السياسي:

المطلب الأول : مفهوم الأخلاقيات المهنية في الاتصال السياسي:

ويقصد به نمط النظام السياسي الذي ُيسير المجتمع، وانعكاس توجهات هذا النظام على الأفراد،فإذا كان النظام السياسي يؤمن بالتعددية، والمشاركة، والحوار، واحترام الرأي، فإنه سوف يتأثر إيجابيا في قيم الأفراد وقناعاتهم المهنية،واذا كان النظام دكتاتورياً فاسدًا لا يتورع عن النهب، ويشجع القيم البالية؛ فإن تأثيره سلبي في توجهات الأفراد في كل مؤسسة[1].

وحين يقوم المهني بأداء واجباته في ظل أوضاعٍ سياسة قائمة، فإن سلوكه يتأثر بطبيعة هذه الأوضاع وخصائصها؛ فالنظام السياسي الذي يتخذ من الصالح العام غاية له، يتعين عليه الإيمان بالحرية، والشفافية، والديمقراطية، والمساءلة، ومن هنا فإن النظام يؤدي إلى ازدهار الأخلاق المهنية، أما النظام السياسي الذي يفتقر إلى الرقابة القضائية، والإدارية، والشعبية، ويميل نحوالاستبداد والظلم؛ فيؤدي إلى تغذية السلوك اللاخلقي على مستوى الأفراد عامة ومستوى أفراد المهنة بخاصة[2].

- لا شك أن البيئة السياسية التي يعيش الموظف العام في ظلها، تلعب دوراً مهما في تكوين اتجاهاته وأنماط سلوكه، ويقصد بالبيئة السياسية، المناخ السياسي الذي يعيشه المجتمع، كشكل النظام السياسي، ومدى تمتع الأفراد بحرية التعبير ونمط الحكم السائد[3].

وكذلك مدة فعالية الرقابة (إدارية، تشريعية، سياسية، شعبية) على أنماط السلوك الإداري للموظف العام، بحيث تحفِّز السلوك الإداري الأخلاقي، وتردع أو تعاقب السلوك الإداري اللا أخلاقي[4].

لذا فإن غياب الرقابة، وضعف الجهاز القضائي، وفساد السياسيين، وافتقار الدولة لمعاييرالحساب، كلها تسهِّل الانحراف في سلوك العاملين وتزيد الخرق للقوانين، وتسهِّل عملية التخلص من العقاب؛ فيستشري الفساد الأخلاقي ويختفي الولاء لأهداف الجهاز العامة[5].

---

[1] بني خالد، خلف حمدان سميران). .(2007درجة التزام الإداريين التربويين فيمديريات التربية والتعليم في محافظة المفرق بأخلاقيات مهنة التعليم من وجهة نظر
مديري المدارس الثانوية .رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الهاشمية، الأردن.

[2] الحوراني، غالب صالح عبد الرحمن (2005) تطوير ُمدونة الأخلاقيات الأكاديمية للأستاذ الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلبة في الجامعة الأردنية رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن.

[3] زويلف، مهدي حسن؛ واللوزي، سليمان أحمد 1993 التنمية الإدارية والدول النامية الطبعة الأولى، الأردن :دار مجدلاوي.

[4] ياغي، محمد عبد الفتاح 1995 الأخلاقيات في الإدارة .الأردن :عمان، المكتبةالوطنية

[5] زويلف، مهدي حسن؛ واللوزي، سليمان أحمد 1993، مرجع سابق

وفي ظل غياب الرقابة التشريعية والإدارية والشعبية، قدُيبدي الموظف العامً أحياناً سلوكاً إداريا تنظيميا يهدف إلى إرضاءِواشباع رغبات السلطة التنفيذية على حساب المصلحة العامة، ويعود السبب في ذلك إلى تخّوف الموظف العام من هؤلاء الذين يملكون حق التعيين، والطرد،والترقية[1].

ومما سبق يتضح للباحث أن البيئة المحيطة بالموظف لها التأثير الأكبر على سلوكه وأخلاقياته داخل عمله وفي الوظيفة العامة ناهيك عن التربية والتنشئة، فمثلا إذا نشأ الموظف في بيئة متسيبة يولد لدى الموظف التسيب والعمل داخل المنظمة دون ادنى مسئولية وبعيداً عن أخلاقيات المهنة داخل المنظمة، والعكس صحيح تماماً.

المطلب الثاني : مبادئ أخلاقيات الاتصال السياسي:

- **الصدق:**

الإجرائي : امتثال الفاعل السياسي بتقديم المعلومات صحيحة ودقيقة للجمهور، وتجنب التضليل وتزييف الحقائق، بما يعزِّز الثقة بينه وبين المتلقين.

ويعد الصدق من ضرورات المجتمع وحاجاته الملحة فهو نظام عقد المجتمع السعيد ، ورمز خلقه الرفيع ، ودليل استقامة افراده ونبلهم ، والباعث القوي على طيب السمعة وحسن الثناء والتقدير،وكسب الثقة والإئتمان من الناس. خلال عمله في تعامله والصدق خلق رفيع يحمل الانسان على ان يكون صادقا مع جميع الأطراف.[2]

- **النزاهة :**

النزاهة تعني خدمة المواطنين ونيل ثقتهم وهما غاية الوظيفة العامة، فإنه يتعين على الموظف العام أن يسعى إلى الحفاظ على ثقة المواطنين وتعزيزها والتأكيد على أهمية نزاهة الإرة الحكومية، والعمل على تعزيز المصلحة العامة للمجتمع؛ بألا يستخدم سلطاته ومنصبه أو يسمح باستخدامها بطريقة غير سليمة ، وأن يغلب المصلحة العامة على مصالحه الشخصية في حال نشوء تضارب بين هذه المصالح، وأن يكشف عن حالات الاحتيال وسوء الإدارة في حال اطلع ،عليها، وأن لا يكشف عن المعلومات الرسمية بطريقة غير صحيحة أو يستخدمها لأغراض شخصية[3].

---

[1] المزروعي، خميس بن محمد بن خميس 2003 مدى التزام مديري المدارس الثانوية بأخلاقيات المهنة من وجهة نظر الهيئات الإدارية والتدريسية بسلطنة عمان، رسالة ماجستيرغير منشورة، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان.

[2] جامعة محمد خيضر،بسكرة، عن محاضرة الجامعة التقنية الوسطى، بغداد

([3] الشكري ،علي يوسف(2003 م)، ، المنظمات الدولية والإقليمية المتخصصة، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ص212

قيم النزاهة تأتي من هذه المساءلة المستمرة لذلك سميت الأخلاق بالشجرة " كما جاء في القرآن الكريم أصلها ثابت وفرعها في السماء " الأخلاق هي مجموعة القيم التي تقود إلى نزاهة الإنسان وأمانته ، فقيم النزاهة ليست حكرا على مؤسسات الدولة وحدها، والإعلام لم يأخذ دوره المطلوب كما ينبغي وما زلنا بحاجة إلى الكثيرمن أجل إعداد أجيالنا الحالية والمقبلة[1].

- **الشفافية :**

وتعني الافصاح وكشف المعلومات والمصداقية ووضوح التشريعات وسهولة فهمها وموضوعيتها ووضوح لغتها، وتعني الصدق والوضوح وهو إحساس الذين حول القائد الإداري بأنه يعني ما يقول، وأن يدع الإنجازات تتحدث عن نفسها، ولا سبيل إلى إرساء الشفافية في أي مجتمع إلا بوجود رغبة أكيدة من السلطة العليا في تطبيق المبدأ الإداري الإسلامي القائل: (من أين لك هذا) والشفافية تعتمد على عدد من المقومات منها: الصدق والوضوح والنزاهة والدقة في المعلومات [2].

وتشمل الشفافية كل الوسائل التي تسهل وصول المواطنين الى المعلومات وفهمهم لآليات اتخاذ القرار، إن الشفافية كظاهرة تشير إلى تقاسم المعلومات والتصرف بطريقة مكشوفة، فهي تتيح لمن لهم مصلحة في شأن ما أن يجمعوا معلومات حوله وتمتلك الأنظمة ذات الشفافية إجراءات واضحة لكيفية صنع القرار على الصعيد العام، كما تمتلك قنوات اتصال مفتوحة بين أصحاب المصلحة والمسؤولين، وتضع سلسلة واسعة من المعلومات في متناول الجمهور، فيمكن القول أن الشفافية تقوم على التدفق الحر للمعلومات وهي تتيح للمعنيين بمصالح ما أن يطلعوا مباشرة على العملياتوالمؤسسات والمعلومات المرتبطة بهذه المصالح وتوفر لهم معلومات كافية تساعدهم على فهمها ومراقبتها، وتزيد درجة الشفافية سهولة الوصول إلى المعلومات.[3]

- **المسؤولية الإجتماعية :**

تلعب المسئولية الاجتماعية دوراً هاماً في استقرار الحياة للأفراد والمجتمعات حيث تعمل على صيانة نظم المجتمع وتحفظ قوانينه وحدوده من الاعتداء، ويقوم كل فرد بواجبه ومسئوليته نحونفسه ونحو مجتمعه، ويعمل ما عليه في سبيل النهوض بأمانته الملقاة على

[1] شلوس ، ميجل ، (2001 م)، النجاحات والإخفاقات في برامج محاربة الفساد-دروس مستفادة من التجارب العالمية .مؤتمر " آفاق جديدة في تقوية النزاهة والشفافية والمساءلة الإدارية: منظور إستراتيجي ومؤسسي ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة . ص ص 25-26)

[2] الأشعري، أحمد داود (2008م) : الوجيز فى أخلاقيات العمل، جدة، خوارزم العلميةللنشر والتوزيع.

[3] سفيان فوكة، الحكم الراشد المحلي: بحث في قيم وأدوات التمكين، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني حول إشكالية الحكم الراشد إدارة الجماعات المحلية والإقليمية ،يومي 12و13 ديسمبر2010 ورقلة جامعة قاصدي مرباح ص17

عاتقه حيث إن الفرد بالنسبة للمجتمع كالخلية بالنسبة للبدن فكما أن البدن لا يكون سليماً إلا إذا سلمت جميع خلاياه، وقامت بأداء وظائفها المنوطة بها، فكذلك المجتمع لا يكون سليماً إلا إذا سلم جميع افراده وقاموا بأداء جميع مسئولياتهم وواجباتهم[1].

حيث تعددت تعريفات المسئولية الاجتماعية، واختلفت باختلاف وجهات نظر واضعيها واختلاف تخصصاتهم حيث نجد أن الكثير من الباحثين عرفوها كالتالي:

1. يعرفها معجم العلوم الاجتماعية بأنها" تبعة أمر ولها شروط وواجبات ويتضمن مفهوم المسئولية الاجتماعية الحقوق والواجبات[2].
2. وهي "وعي الفرد المرتبط بأساس معرفي بضرورة سلوكه تطوعيا نحو الجماعة وله تأثير في تحديد مجرى الأحداث التالي"[3].
3. وتُعرف بأنها " مسئولية الفرد الذاتية عن الجماعة أمام نفسه وأمام الله كما أنها الشعور بالواجب الاجتماعي والقدرة على تحمله والقيام به"[4].

المبحث الثالث :المرجعيات النظرية المفسرة لأخلاقيات الاتصال السياسي:

المطلب الأول : نظرية الفعل التواصلي

يدين هابرماس في نظرية الفعل التواصلي إلى فلسفة اللغة وهذا ما يقوله : « أنا مدين بكل النزعات التداولية والتحليلية للنظرية اللغوية ... إن غاية الفهم المتبادل مغروسة في الإتصال اللغوي. » وايضا استمد نظريته من افعال الكلام بوجه خاص، ومن علم اللغة الاجتماعي وطور نظريته من بعض الأفكار المتعلقة بالحوار أو المحادثة، ومن أسباب هذا التحول اقتناع هابرماس بأن التفكير التنريري " مشروع الحداثة " قد قام بمثل هذا النقد بتركيزة على النموذج المعرفي المتمركز حول الذات، فأعاد صياغة هذا المشروع من خلال ما سماه بالبرجماطيقا (التداول اللغوي) .

انطلق هابرماس في عقلانيته التواصلية من مفهوم جديد للعقلانية وذلك من خلال إدانته للعقل الآداتي .فقد أكد على أهمية العقل بإعتباره اللبنة الأساسية ألي نظرية في المجتمع فقد حاول استكمال المفهوم الآداتي باستخدام البعد التواصلي من مفهوم العقلانية، يهدف هابرماس من خلال العقلانية التواصلية إلى وضع نظرية نقدية للمجتمع تقوم على أسس

[1] نجاتي، محمد عثمان (2002) الحديث النبوي وعلم النفس، دار الشروق، بيروت
[2] أحمد، فاطمة أمين) :(1999استخدام المقابلة المهنية في خدمة الفرد في دراسة الشعوربالمسئولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية)دراسة وصفية(، مجلة كلية الآداب– جامعة حلوان، العدد السادس، ص .277
[3] قاموس الفلسفة وعلم النفس (2000)
[4] زهران، حامد عبد السلام) :(1984علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب ط ،05 ص229

عقلانية فيقول هابرماس « : أريد أن أوضح أنه من الممكن تطوير نظرية الحداثة على الأحداث العامة، وأن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات، إلى جانب وظيفتي الإعلان والترفيه[1].

بإستخدام نظرية تواصلية تملك الدقة التحليلية التي تحتاجها الظاهرة الاجتماعية المرضية التي يسميها الماركسيون بالتشيؤ» .[2] ولا يكون هذا إلا بتوظيف الفلسفة في المجتمع، فمفهوم العقل التواصلي المتأمل في الممارسة اللغوية والموجهة للتفاهم يتطلب من الفلسفة أن تأخذ على عاتقها من جديد إنجاز مهمة نسقية، وهنا يمكن للعلوم الاجتماعية الدخول في علاقة تعاونية مع الفلسفة التي تقوم بمهمة العمل على تأسيس نظرية عقلانية ».[3]

إذن العقل التواصلي هو المنظم للنشاط التواصلي سعيا وراء وضع شروط حقيقية لمجتمع ممكن، فهبرماس عندما نقد العقل الغربي لا يلتقي مع نقد الفلاسفة آلخرين لأن هذا النقد مازال أسير فلسفة الذات و إنكار يريد هابرماس كما يقول: « عقل تواصلي يتجاوز الذات ليكون نسيجا من الذوات التي تتجاوزها ذاتيتها».[4]

«مفهوم العقل التواصلي يمثل إسهاما أصيلا و مخالفا في الوقت ذاته، فقد كان لألدورنو تأثير واضح في تشكيل المعالم لكتاب هابرماس " نظرية الفعل التواصلي" وخاصة فيما يتعلق بموقفه في مسألة التأويل المتداخلة بين الذوات، فذلك راجع إلى النفوذ التي مارسته العقلانية الآداتية في فكر هوركهايمر وأدورنو وهي العقلانية التي بقت أسيرة فلسفة الشعور، ففلسفة الشعور ارتكزت في تأسيسها النظري إلى ثنائية الذات والموضوع، وتصور اي تفاعل عقلاني انطلاقا من الفعل الذي يمارسه الإنسان على الطبيعة حيث يقوم الشعور المنعزل بتشيؤ العالم يقع ضمن دائرة هيمنته» .[5]

قسم هابرماس العقل إلى نوعين من خلال النشاط العقلي يقوم بهذا العقل هذين النوعين هما:

أولا : نشاط عقلي معرفي : اداتي وهو نشاط مرتبط بغاية لأنه يحقق منفعة، وهذا النوع يستخدمه الإنسان لمعرفة البيئة المحيطة به.

---

[1] -عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العريب، القاهرة، ط2 ،1965 ص ص،93-99

[2] سعيد سايح، نظرية التواصل عند هابرماس، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص فلسفة عامة، جامعة زيان عاشور الجلفة،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،قسم علم النفس والفلسفة عن : (Habermas, Autouomy sobirarity, page, 108.)

[3] سعيد سايح ،مرجع سابق عن (Habermas, the theory of communication action,v 2,page 397)

[4] سعيد سايح، مرجع نفسه عن (هابرماس القول الفلسفي الحداثة، ص 452)

[5] مرجع نفسه عن (عمر مهيبل ،اشكالية التواصل في الفلسفة الغربية المعاصرة ، ص .367-366)

ثانيا : نشاط عقلي تواصلي و تمارسه ذات قادرة على الكلام والفعل وهذا النشاط التواصلي هدفه التوجه نحو التفاهم بين الذوات .فهابرماس أكد أن النشاط العقلي له منظورين إحداهما عقل أداتي والآخر هو العقل التواصلي[1]» .

صاغ هابرماس مفهومه الجديد عن العقلانية النظرية التواصلية التي نشأت بين الممارسة العقلانية، وتدريس المتضمنات العقلانية التي تفرضها الممارسة التواصلية، قصد الفهم المتبادل للوصول إلى التفاهم التواصلي، فنظرية الفعل التواصلي تدخل ضمن إطار مشروع هابرماس وذلك من أجل تأسيس نظرية عقلانية نقدية للمجتمع الحديث، ويمكن تحديد مشروع هابرماس في ثالث مراحل هي:

المرحلة الأولى : هابرماس رأى ضرورة التحرر من فلسفة الوعي التي ترى العلاقة بين اللغة والفعل كالعلاقة بين الذات والموضوع، إلا أن هابرماس أكد أن العلاقة في الفعل التواصلي تكون بين ذات وذات .

المرحلة الثانية : يرى ضرورة أن يتخذ العقل صورتين، الفعل الاستراتيجي و يتضمن الفعل العقلاني الغائي و الفعل التواصلي الذي يهدف إلى خلق التفاهم .المرحلة الثالثة : يرى ضرورة إعطاء فعل التواصل الأولوية مما يترتب عليه ثلاث أمور:

أولا : أن العقلنة تستلزم نسقا إجتماعيا ديمقراطيا يشمل الجميع دون استثناء ليس هدفه الهيمنة والسيطرة بل الوصول إلى التفاهم.

ثانيا : أراد هابرماس الكشف عن نظام أخلاقي يسعى إلى معايير عبر نقاش عقلاني يعتمد فيه على الإقناع العقلي دون اللجوء إلى القوة.

ثالثا : وجود مجتمع ديمقراطي يكون فيه للجميع فرص متكافئة لاستخدام ادوات العقل كالحوار مثل . »[(2)] فقد أسس هابرماس نظريته الفلسفية نظرية الفعل التواصلي التي تتخذ من النقد مرتكز لها وتستند إلى صياغة جديدة للعقلانية قائمة على التواصل بين الذوات الفاعلة في المجتمع، ويقدم هابرماس مفهوم الذي يقوم على الممارسة الاجتماعية التي تصاغ باللغة العادية وتقوم على اخلاقيات الحوار .[(3)]

أن نظرية الفعل التواصلي عند هابرماس، تعني فيما تعنيه صياغة نظرية التواصل وبلورة القوانين التي تتحكم فيه، وهذا التواصل عبارة عن علاقة متوازية حدة بين فئات

[1] سعيد سايح، عن (Habermas the theory of communication action v 1 page 8
[2] مرجع نفسه، عن (عطيات أبو السعود، الحصاد الفلسفي للقرن العشرين، ص -105 .10)
[3] مرجع نفسه،عن (عطيات أبو السعود، الحصاد الفلسفي للقرن العشرين، نفس المرجع ،ص .22)

المجتمع المتعددة و المتباينة العلاقات، التي تتوخي بناء وعي حر لا تحكمه المؤسسات أو الإيديولوجيات المفروضة من قبل الأنظمة السياسية .[1]

إن نظرية الفعل التواصلي عند هابرماس تكون بصياغة القوانين من أجل التواصل الذي يعمق الترابط بين الأفراد في المجتمع.

تتناول بالدراسة القائمين بالاتصال ومؤسساتهم حتى نشر الباحث الأمريكي **ديفيد مانج وايت** دراسته ((حارس البوابة وانتقاء الأخبار)) التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال المهم.[2]

المطلب الثاني : نظرية ترتيب الأولويات :

يشير مفهوم الأولويات **(Agenda)** أو جدول الأعمال كما يذكر كيندون **(Kingdon)** إلى " : قائمة المواضيع أو المشاكل التي يضع لها المسؤولون بعض الاهتمام الجاد في وقت محدد، مما يؤدي بالناس خارج الحكومة، إلى الارتباط عن قرب بأولئك المسؤولين "، فيما أوضح كوب و إيلدر **(Elder & Cobb)** أن الأولويات تعني": مجموعة عامة من النقاشات السياسية، التي تتناول ما يعد بمثابة كبوة تقع ضمن مدى المخاوف المشروعة، والتي تستحق انتباها من قبل الحكومة كما يستخدم هذا المفهوم أيضاً للدلالة على مجموعة العناصر الملموسة، التي حددت في هيئة قرارات مؤسساتية معينة ستتخذ لاعتبارات هامة [3]. "

وهي فكرة تقوم على أساس العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع .[4]

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام هي التي توجه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها من خلال التركيز على عدد من بين القضايا المتاحة في المجتمع ، حيث تقترح وسائل الإعلام ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد بوصفهم هم أعضاء في الجمهور العام ، وما الذي ينبغي أن يعرفوه ويشعروا به حيال القضايا المطروحة.[5]

المطلب الثالث : نظرية التفاعل الرمزي:

[1] مرجع سابق، عن (أبو النور حمدي أبو النور حسن،يورغن هابرماس أألخالق والتواصل ،مرجع سابق ،ص .15)

[2] د محمد منير حجاب **نظريات الاتصال** ط1 دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة 2010 ص 273.

[3] نسيبة فريجات، أولويات القضايا البيئية لدى إذاعة الوادي المسموعة وجمهورها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي، تحت اشراف الاستاذة د.رشيدة سبتي، جامعة الجزائر3 كلية علوم الاعلام والاتصال،قسم الاتصال، عن: (John W. Kingdon: Agendas, Alternatives, and Public Policies (Boston: Little, Brown and company, 1984 p,3)

[4] نسيبة فريجات،مرجع سابق،عن : (بارعة شقير ،دور التمفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طمبة الجامعات اللبنانية ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة القاهرة ،1995، ص.15)

[5] مرجع سبق ذكره، عن : (حسن عماد مكاوي مرجع سبق ذكره ص.120)

تعد التفاعلية الرمزية **interactions Symbolic**، إحدى المنظورات السوسيولوجية الأساسية المعاصرة، التي تهتم بتحليل الأنساق الاجتماعية الصغرى، فهي تدرس الأفراد في المجتمع، ومفهومهم عن المواقف، والمعاني والأدوار، وأنماط التفاعل وغير ذلك من الوحدات الاجتماعية الكبرى، مثل المنظور الوظيفي ومنظور الصراع . ليشير بذلك مصطلح التفاعلية الرمزية، على الخاصية المميزة والفريدة للتفاعل الذي يقع بين الناس، وما يجعل هذا التفاعل فريدا هو أن الناس يفسرون ويؤولون أفعال بعضهم بدال من الاستجابة المجردة لها، إن استجابتهم لا تضع مباشرة، وبدال من ذلك تستند إلى المعنى الذي يلصقونه بأفعالهم . وتنتمي هذه النظرية إلى النزعة السلوكية الاجتماعية، وللنزعات الاجتماعية النفسية التي تعود جذورها إلى مجموعة من علماء مدرسة شيكاغو، وإلى التصورات في الثلاثينيات من القرن العشرين على يد جورج ميد الذي يعتبر أول من تبنى المدخل التفاعلي في دراسة المجتمع، وربط فكرة الذات الفاعلة بعالم الرموز واضعا الأساس النظري للتفاعلية الرمزية.

ليشير التفاعل الرمزي؛ إلى عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين، وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة ووسائلهم في تحقيق أهدافهم، ولقد استخدم هذا المفهوم في البداية؛ وذلك تميزا لنمط من العالقات الاجتماعية، وكذلك لتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان، وسلوكه في تفاعله مع غيره من أعضاء جماعته، ومجتمعه في ضوء الرمز**Symbols**، والمعاني .**Meanings** حيث يذهب أنصار التفاعلية الرمزية إلى أن الذات هي الموضوع الأساسي أو الوحدة الجوهرية للتفاعل، فالذات تحمل في طياتها كما هائلا من التفسيرات المختلفة والمعاني المختلفة للموضوعات. وهذه المعاني التي يضيفها الأفراد على الموضوعات، تظهر بصورة تلقائية أثناء عملية التفاعل ، حيث يهتم منظروالتفاعلية الرمزية بالمعاني **Meanings** التي يعطيها الناس لسلوكهم، ومعنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة، وتشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرمز والأشياء التي ترمز إلى شيء آخر، أو يكون لها معاني أعمق من الجانب السطحي للرمز، على اعتبار أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تفاعلاتهم مع بعضهم البعض؛ إذ يستخدم الرموز للتعبير عن شيء له دلالة اجتماعية، تلعب دورا أساسيا في خلق وإضفاء معاني على الموضوعات الخارجية، باعتبارها وسيلة الذات في التعرف على العالم.[1]

[1] أ.د. فتيحة طويل، محاضرة في مقياس النظريات المعاصرة في علم الاجتماع، جامعة بسكرة

ملخص الفصل الأول :

استنادًا إلى ما تم مناقشته في هذا الفصل، يمكن القول أن الاتصال السياسي هو الشريان الذي يغذي العملية السياسية ويحدد اتجاهات الرأي العام من خلال وظائفه المتعددة كالتوعية والتنشئة وتسويق الأفكار السياسية. وبما أن للاتصال السياسي تأثيرًا كبيرًا، تبرز الحاجة ملحة الى وضع قواعد أخلاقية صارمة للاتصال السياسي كالصدق، النزاهة، الشفافية، والمسؤولية الاجتماعية، بهذه القواعد نحمي الجمهور من مخاطر التضليل والدعاية الموجهة. وقد قدمت المقاربات النظرية، خصوصاً نظريات المسؤولية الاجتماعية وحارس البوابة الإعلامية والتفاعل الرمزي، أطراً تفسيرية عميقة تؤكد في مجملها أن حرية العمل السياسي والإعلامي ليست حرة تماماً، بل تخضع لمسؤولية أخلاقية تضمن توظيف الرسالة السياسية ورموزها لخدمة الصالح العام كما تساعد على تعزيز البناء الديمقراطي داخل المجتمع.



الفصل الثاني : الحملات الانتخابية الرئاسية والاتصال السياسي في الجزائر

المبحث الأول : الحملة الانتخابية الرئاسية من منظور اتصالي :

المطلب الأول : مفهوم الحملة الانتخابية الرئاسية :

الانتخابات الرئاسية هي العملية التي يتم من خلالها اختيار رئيس الدولة من قبل الشعب أو من قبل هيئة ناخبة وفقا لما ينص عليه الدستور في مواده والقوانين المنظمة في الدولة لفترة زمنية محددة تعرف بالعهدة أو الولاية الرئاسية [1].

وتعرف أيضاً بأنها عملية انتخاب رئيس الجمهورية بواسطة الشعب بشكل مباشر، بمعنى أن الشعب هو الذي يقوم بانتخاب الرئيس بحيث يكون الانتخاب مباشرا أي على درجة واحدة ودون أي واسطة، أو يكون الانتخاب غير مباشر ،فيتم فيه انتخاب رئيس الجمهورية من الشعب على نحو غير مباشر، أي على درجتين بمعنى أن يقوم الناخبون بانتخاب مندوبين عنهم بحيث يقع على هؤلاء المندوبين مهمة انتخاب الرئيس ،وهي الطرية المتبعة في انتخاب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية. ويعتقد بأن انتخاب الشعب لرئيس لجمهورية يقوي من استقلال هذا الرئيس إزاء السلطة التشريعية حتى يصير مستقلا تماما عن البرلمان، على اعتبار أنه سلطة مستقلة استحدث الشعب أساس وجودها، مما يؤدي إلى عدم مبالاة الرئيس بالسلطة التشريعية وإهمال وجودها مادام يستند في سلطته ويستمدها من الشعب الذي هو صاحب السيادة الحقيقية في الدولة.[2]

المطلب الثاني : أهداف واستراتيجيات الحملات الانتخابية الرئاسية :

على الرغم من اختلاف برامج المرشحين، إلا أن الغالبية العظمى من الحملات الانتخابية كانت تتجه نحو أهداف واستراتيجيات مشتركة.

1- الأهداف المشتركة :

- **مراجعة الدستور**: توصل عدد كبير من المترشحين إلى أهمية إجراء مراجعة للدستو ليتماشى مع مطالب التغيير.
- **تعديل القوانين**: الدعوة إلى تعديل قوانين الانتخابات والأحزاب والإعلام لضمان الشفافية والنزاهة والإصلاح.
- **استقلال القضاء**: التأكيد على ضرورة استقلال الجهاز أو السلطة القضائية.

[1] د محمدي اسمهان. محاضرات في تحليل المواثيق والمعاهدات الدولية. قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية. جامعة محمد لمين دباغين.سطيف.2015

[2] إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، النظم السياسية والقانون الدستوري، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، ص 63

- **فتح حوار وطني شامل:** تعزيز استقلال الحوار الذي يجمع جميع الأطراف السياسية والاجتماعية.[1]

التحديات الرئيسية :

نسبة المشاركة: كانت القضية المتعلقة بنسبة المشاركة من أهم التحديات، خصوصاً في ظل الدعوات الواسعة للتقاطع التي أطلقها حراك الشارع.

المقاطعة الشعبية: تعرضت الانتخابات لمقاطعة شعبية كبيرة من قبل المواطنين في عدة مناطق، مما أثر على شرعيتها.

نزاهة وشفافية الانتخابات: كان هناك إصرار قوي على ضمان نزاهة وشفافية العملية الانتخابية، تحت إشراف الهيئة الوطنية المستقلة للانتخابات التي تم إنشاؤها.[2]

2- الاستراتيجيات الإعلامية والخطاب السياسي :

لعبت الخطط الخطط الإعلامية والخطاب السياسي دوراً محورياً في انتخابات 2019:

- **المناظرة التلفزيونية التاريخية :** في هذه الانتخابات، شهدت الجزائر أول مناظرة رئاسية على الإطلاق حيث اجتمع المرشحين الخمسة تحت شعار " الطريق الى التغيير " حيث سعى كل مرشح ليثبت كفائته واستقلاله عن رموز النظام السابق، واسهمت المناظرة في تحطيم الصورة النمطية للانتخابات الصورية على الرغم من وجود انتقادات بشأن " الانضباط الزائد ".

- **دور شبكات التواصل الاجتماعي :**كان الفيسبوك هو المنصة الأهم للحملات الانتخابية، خصوصاً مع صعوبة تنظيم تجمعات شعبية كبيرة بسبب مقاومة الحراك. استخدم المرشحون البث المباشر والفيديوهات القصيرة للتواصل الفوري مع الناخبين والرد على الشائعات.

- **خطاب القطيعة والانفصال :** تباين خطاب المرشحين بين تأكيد الانفصال عن ممارسات الماضي (كما في حالة تبون وبن فليس وبن قرينة) والتركيز على الاستقرار المؤسسي (كما في حالة ميهوبي)، سعى المرشحون لجذب او استمالة " الحراك الأصيل " مع التحذير من أي تدخل أجنبي أو فوضى.[3]

---

[1] https://studies.aljazeera.net/ar/reports/2019/12/2019-191211075402366.html تحليل الانتخابات الرئاسية في الجزائر 2019. (2026 افريل 10).

[2] الالتزامات ال54. تم الاسترجاع من https://el-mouradia.dz/ar/president/commitments

[3] الاستراتيجيات الإعلامية والخطاب السياسي (2019, 2026) .(أبريل 10).

المبحث الثاني : الإطار القانوني والأخلاقي للانتخابات الرئاسية في الجزائر :

المطلب الأول : القوانين المنظمة للانتخابات الرئاسية الجزائرية

تُنظَّم الانتخابات الرئاسية وفق جدول زمني دقيق يضمن سير العملية الانتخابية بسلاسة. يُدعى الناخبون عبر مرسوم رئاسي يحدد موعد الاقتراع مسبقًا، سواء في الحالات العادية المرتبطة بانتهاء فترة الرئاسة، أو في الظروف الاستثنائية مثل شغور المنصب، حيث تُختصر المدد الزمنية عند الحاجة .

يُنتخب رئيس الجمهورية بالاقتراع العام المباشر، حيث يصوّت المواطنون لمرشح واحد. ويُشترط للفوز الحصول على الأغلبية المطلقة من الأصوات الصحيحة، وإذا لم يتحقق ذلك في الجولة الأولى، تُجرى جولة ثانية يتنافس فيها المرشحان اللذان حصلا على أعلى نسبة من الأصوات .

أما الترشح لهذا المنصب، فيتطلب استيفاء مجموعة من الإجراءات القانونية. على الراغبين في الترشح تقديم ملف إلى الجهة المختصة، يتضمن وثائق إدارية ورسمية، مثل:

1- نسخة كاملة من شهادة ميلاد المعني.
2- شهادة الجنسية الجزائرية الأصلية للمعني.
3- تصريح بالشرف بعدم إحراز المعني جنسية أخرى غير الجنسية الجزائرية
4- مستخرج رقم 3 من صحيفة السوابق القضائية للمعني
5- صورة شمسية حديثة للمعني
6- شهادة الجنسية الجزائرية لزوج المعني
7- شهادة طبية للمعني مسلمة من طرف أطباء محلفين
8- بطاقة الناخب للمعني
9- شهادة تثبت تأدية الخدمة الوطنية أو الإعفاء منها
10- التوقيعات المنصوص عليها في المادة 139 من هذا القانون العضوي
11- تصريح المعني بممتلكاته العقارية والمنقولة داخل الوطن وخارجه
12- شهادة تثبت المشارآة في ثورة أول نوفمبر سنة 1954 للمولود قبل أول يوليو سنة 1942
13- شهادة تثبت عدم تورط أبوي المترشح المولود بعد أول يوليو سنة 1942 في أعمال مناهضة لثورة أول نوفمبرسنة ،1954
14- تعهد كتابي يوقعه المترشح يتضمن ما يأتي :

- عدم استعمال المكونات الأساسية للهوية الوطنية في أبعادها الثلاثة الإسلام والعروبة والأمازيغية لأغراض حزبية،
- الحفاظ على الهوية الوطنية في أبعادها الثلاثة الإسلامية والعربية والأمازيغية والعمل على ترقيتها،
- احترام مبادئ أول نوفمبر سنة 1954 وتجسيدها،
- احترام الدستور والقوانين المعمول بها، والالتزام بها،
- احترام الحريات الفردية والجماعية واحترام حقوق الإنسان[1]
- رفض الممارسات الإقطاعية والجهوية والمحسوبية
- توطيد الوحدة الوطنية
- الحفاظ على السيادة الوطنية
- التمسك بالديمقراطية في إطار احترام القيم الوطنية
- تبني التعددية السياسية
- احترام مبدأ التداول على السلطة عن طريق الاختيار الحر للشعب الجزائري
- الحفاظ على سلامة التراب الوطني
- احترام مبادئ الجمهورية

يجب أن يعكس برنامج المترشح المنصوص عليه في المادة 191 من هذا القانون العضوي مضمون هذا التعهد الكتابي.

يتم تقديم الترشح في غضون 45 يومًا كحد أقصى بعد نشر المرسوم الرئاسي الذي يدعو الهيئة الانتخابية. أما في حالة تطبيق أحكام الفقرة الأخيرة من المادة 133 من هذا القانون العضوي، فتُختصر هذه المدة إلى 8 أيام فقط[1].

يفصل المجلس الدستوري في صحة الترشيحات لرئاسة الجمهورية بقرار خلال فترة لا تتجاوز عشرة (10) أيام كاملة من تاريخ تقديم طلب الترشيح .يتم إبلاغ قرار المجلس الدستوري إلى المعني بشكل تلقائي وفورا عند صدوره

فضلا عن الشروط المحددة في المادة 73 من الدستور، وكذا أحكام هذا القانون العضوي، يجب على المترشح أن يقدم:

- إما قائمة تتضمن 600 توقيع فردي لأعضاء منتخبين في مجالس بلدية أو ولائية أو برلمانية على الأقل، وموزعة عبر 25 ولاية على الأقل
- أو على قائمة تضم على الأقل 60.000 توقيع فردي لناخبين مسجلين في القائمة، ويجب أن تجمع في 25 ولاية على الأقل. ولا يقل العدد الأدنى من التوقيعات المطلوبة

[1]قانون عضوي رقم 12 - 01 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق الموافق 12 يناير سنة ،2012يتعلق بنظام الانتخابات
[1]قانون عضوي رقم 12 - 01 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق الموافق 12 يناير سنة ،2012يتعلق بنظام الانتخابات

في كل ولاية من الولايات المعنية عن 1.500 توقيع، وتدون هذه التوقيعات في مطبوع فردي.

- مصادق عليه لدى ضابط عمومي، وتودع هذه المطبوعات لدى المجلس الدستوري في نفس وقت إيداع ملف الترشح موضوع المادة 136 من هذا القانون العضوي. تحدد آيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.
- لا يحق لأي ناخب مسجل في قائمة انتخابية أن يمنح توقيعه إلا لمترشح واحد فقط . يعتبر كل توقيع يمنحه الناخب لأكثر من مترشح لاغيا ويعرض صاحب التوقيعات للعقوبات المنصوص عليها في المادة 225 من هذا القانون العضوي .يمنع استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعه ، الغرض جمع توقيعات الناخبين.
- لا يُعترف بانسحاب المترشح بعد تقديم الترشيحات. في حال حدوث وفاة أو مانع قانوني، يتم منح مهلة إضافية لتقديم ترشيح جديد، ولا يجوز أن تتجاوز هذه المهلة الشهر الذي يسبق ذلك التاريخ الانتخاب أو الخمسة عشر (15) يوما في الحالة المشار إليها في المادة 88 من الدستور، وفي حال وفاة مترشح أو وقوع مانع قانوني له، بعد إعلان قائمة المترشحين في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، يتم تأخير الموعد لمدة أقصاها (15) يوماً.
- يصرح المجلس الدستوري بنتائج الدور الأول ويعين عند الاقتضاء المترشحين (2) المدعوين للمشاركة في الدور الثاني.
- يحدد تاريخ الدور الثاني للاقتراع باليوم الخامس عشر (15) بعد إعلان المجلس الدستوري نتائج الدورالأول، على ألا تتعدى المدة القصوى بين الدورين الأول والثاني ثلاثين (30).[1]

يمكن تخفيض هذا الأجل إلى ثمانية (8) أيام في الحالة المنصوص عليها في المادة 88 من الدستور. في حالة انسحاب أي من المترشحين الاثنين للدور الثاني، تستمر العملية الانتخابية الى غاية نهايتها دون الاعتداد بانسحاب المترشح.

في حالة وفاة أو حدوث مانع قانوني لأي من المترشحين الاثنين للدور الثاني، يعلن المجلس الدستوري ضرورة القيام من جديد بمجموع العمليات الانتخابية، وفي هذه الحالة يمدد المجلس الدستوري آجال تنظيم الانتخابات الجديدة لمدة أقصاها ستون (60) يوما.

- تسجل نتائج انتخاب رئيس الجمهورية بكل مكتب تصويت في محضر محرر في ثلاث (3) نسخ أصلية على استمارات خاصة.

[1] قانون عضوي رقم 12 - 01 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق الموافق 12 يناير سنة ،2012يتعلق بنظام الانتخابات (مرجع سابق)

- يعلن المجلس الدستوري النتائج النهائية للانتخابات الرئاسية في مدة أقصاها عشرة (10) أيام اعتبارا منتاريخ تسلمه محاضر اللجان الانتخابية المنصوص عليها في المادتين 151 و159 من هذا القانون العضوي.

المطلب الثاني : الضوابط الأخلاقية للاتصال السياسي والإعلامي في الجزائر:

يجب على كل مترشح أثناء حملته الانتخابية أن يمتنع عن كل حركة أو موقف أو عمل أو سلوك غير مشروع أو مهين أو مشينأ و غير قانوني أو لا أخلاقي، و أن يسهر على حسن سير الحملة الانتخابية تطبيقا للمادة 816 من قانون الانتخابات. نظرا لكون الحملة الانتخابية مجالاً حيويا للتنافس و الصراع بين المترشحين و لكي تكون الحملة الانتخابية عادلة ومنصفة تساعد الناخب على تكوين رأي حر من أجل انتخابات نزيهة و ديمقراطية، تحرص القوانين الوضعية على ضبط قوانين تضمن مبدأ الحياد و الإنصاف، حتى لا تستغل بعض الأحزاب أو المرشحين فرصة قربها أو تواجدها بالسلطة لاستغلال نفوذه الصالحها أو لصالح مرشحيها، و من ناحية أخرى تنظم هذه القوانين الضوابط للممارسات السلوكية المخالفة كالابتزاز والتهديد و البلطجة ورشوة الناخبين بالمال والهدايا المختلفة و تحدد العقوبات المقررة لها لتفادي تهديد البناء الاجتماعي للمجتمع أو الاستقرار أو الأمن القومي أو استثارة الفتن والاختلافات الطائفية والعرقية[1].و عليه فإن كل الضوابط السالفة الذكر تضمن إتاحة الفرصة لجميع المرشحين وللرأي العام للحصول على المعلومات على قدم المساواة، كما تضمن حياد الإدارة وشرعية الإجراءات والوسائل المستخدمة في الحملة الانتخابية، فالتنافس من أجل الوصول إلى السلطة يقتضي تحقيق تكافئ الفرص بين المترشحين في استخدام وسائل الدعاية والابتعاد عن المحاباة والتميز بسبب ثقل المركز المالي للمترشح أو التأييد الحكومي وبالتالي منح الفرص في تولي الوظائف العامة . [2] لذلك تكفل قانون الانتخابات من خلال العديد من نصوصه بوضع الضوابط والشروط التيسيروانتظام العملية الانتخابية، و معاقبة كل من يخالف تلك الضوابط بتوقيع جزاء اتتجاههم.[3]

حيث فرض الميثاق مجموعة من الضوابط أخلاقية على المرشحين. الهدف منها هو أن تكون الحملة الانتخابية نزيهة ومسؤولة، فمن أهم هذه الضوابط:

[1] شافية بن زايد،محمد زيبوش ن رقابة المجلس الدستوري على الانتخابات الرئاسية ، مذكرة لنيل شهادة الماسترفي الحقوق تخصص : دولة ومؤسسات ، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة ، عن (محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،2007 ص 29-30)

[2] شافية بن زايد ، محمد زيبوش، مرجع سابق ، عن (بالقريني عبد الله، مذكرة التخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، وزارة العدل المدرسة العليا للقضاء مديرية التدريب،الدفعة ،15 ،2004-2005 ص ص 44-45)

[3] المرجع نفسه ص 45

- **منع استعمال دور العبادة والمؤسسات العامة:**

الميثاق يمنع صراحةً استخدام أماكن العبادة، كما يمنع استخدام المؤسسات والإدارات العامة والتعليمية لأي غرض من أغراض الدعاية الانتخابية ، مهما كان نوعها أو انتماؤها.

- **الالتزام بالخطاب الأخلاقي:**

المرشحون تعهدوا بالامتناع عن قول أي كلام يحتوي على تشهير أو شتائم أو إهانات أو سب ضد مرشح آخر أو أي طرف في الانتخابات. كما ألزمهم بالامتناع عن أي تصريح يعلمون أنه مضلل أو مغلوط.

- **الصدق والأمانة في التصريحات:**

شدد الميثاق على ضرورة حرص المرشحين على الإدلاء بتصريحات واقعية للجمهور.

- **الشفافية المالية:**

يلتزم الميثاق بقواعد تمويل الحملات الانتخابية. الهدف منها هو ضمان شفافية العملية الانتخابية.

- **الاحترام العميق والمستدام للمسار الديمقراطي :**

الامتثال للقوانين والنصوص التطبيقية التي تنظم قواعد الانتخابات والحملات الانتخابية.[1]

- **المساواة بين المرشحين**

يعرف أيضا بمبدأ تكافؤ الفرص، يقتضي عدم التمييز بين المرشحين بسبب ثقل المراكز المالية أو التأييد الحكومي إذ يعمل مبدأ المساواة على منح فرص متكافئة لجميع المرشحين من أجل التعبير عن أفكارهم وبرامجهم الانتخابية، و تشمل مثلا:

- **المساواة في الحصول على المساعدات المالية:** تمول الحملات الانتخابية من مساهمة الأحزاب السياسية، و من المساعدة المحتملة من الدولة المقدمة على أساس الإنصاف، و من مداخيل المرشح .يمنع على المرشح للانتخابات أن يتلقى

[1] https://al-ain.com/article/charter-of-ethics-campaign-algeria

بصفة مباشرة أو غير مباشرة هبات نقدية أو عينية أو أية مساهمة أخرى من دولة أجنبية أو شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية[1]، كما تعمل بعض الدول على تنظيم تمويل الحملات الانتخابية بوضع سقف لمصاريف المرشح.

- **مبدأ الحياد**

تقوم السلطة الإدارية بمهمة التنظيم المادي للعملية الانتخابية مع الالتزام بواجب الحياد إزاء المرشحين وقوائم الترشيح و ذلك حتى لا تستغل بعض الأحزاب فرصة تواجدها أو قربها من السلطة لاستغلال نفوذها لصالحها أو لصالح مرشحيها عبر تقديم خدمات أو استغلال مرافق عامة... مما يضربحقوق باقي المترشحين. فكون السلطة الإدارية الحاكمة تتحصل على العديد من الإمكانيات التنفيذية في مجال الدعاية، فأي استغلال من الحزب الحاكم لهذه الإمكانيات لصالح مرشحيه يعد إخلالا واضحا بمبدأ المساواة، ما يعني أن ضمان حياد السلطة الإدارية هو ضمان في حد ذاته لتوفير فرص متكافئة للجميع.

تضمن قانون الانتخابات مبدأ حياد الإدارة في الحملة الانتخابية حيث نص على أن تجرى الانتخابات تحت مسؤولية الإدارة التي يلتزم أعوانها التزاما صارما بالحياد إزاء المرشحين[1].

- **صحة الوسائل المستعملة :**

من أجل تحقق ذلك يجب التقيد بالوسائل المسموح بها قانونا، فلا يمكن للمرشحين خلال الحملة الانتخابية اللجوء إلى استعمال وسائل أخرى من غير تلك التي نص عليها القانون، و التي استفادت منها القائمة بعد عملية التوزيع، و على هذا الأساس ينص القانون بالنسبة للملصقات على تخصيص أماكن عمومية داخل الدوائر الانتخابية لإلصاق الترشيحات بحيث توزع مساحتها بالتساوي و يمنع استعمال أي شكل آخر للإشهار خارج المساحات المخصصة لهذا الغرض[2] . غير أن الواقع العملي قد أثبت أنه غالبا ما لا يحترم المترشحون الأماكن المخصصة لكل منهم فقد توضع الملصقات فوق تلك المخصصة للقوائم المنافسة من أجل حجبها، كما تتم العملية في شتى الأماكن ما يسم بمبدأ المساواة من جهة و إلحاق الضرر بالطابع الجمالي من جهة أخرى بالإضافة إلى عدم ورود نص صريح يمنع ذلك في قانون الانتخابات الجزائري و لا عقوبات في حال القيام بهذه التجاوزات . بما أن المعركة

[1] حاشي نهال ، النظام الانتخابي في الجزائر واثره على العملية الديمقراطية ، جامعة وهران 2 محمد بن احمد ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام تخصص حقوق والحريات السياسية (عن مزياني فريدة، الرقابة على العملية الانتخابية، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد الخامس ، بدون تاريخ النشر ص78)

[1] حاشي نهال (مرجع سابق) ، عن (المادة 23 من الدستور الجزائري لسنة 199)

[2] المرجع نفسه ، عن (المادة 195 من قانون الانتخابات رقم 01-1)

الانتخابية يجب أن تكون نزيهة، يجب الابتعاد عن جميع الأساليب غير المشروعة و منها النيل من سمعة و نزاهة المرشح كإطلاق دعاية مثيرة أو إشاعات كاذبة عن تصرفات المرشحين المنافسين.[3]

الضوابط الأخلاقية للأداء الإعلامي :

لعبت وسائل الإعلام لدورًا محورياً مهمًا في العملية الانتخابية. لذلك اشتمل الميثاق على قواعد صارمة لضمان حيادها.

- **الحياد والإنصاف:**

ألزم الميثاق وسائل الإعلام الوطنية بعدم الترويج لأي مرشح على حساب آخر، وضمان التوزيع العادل لمساحات المداخلات الإعلامية بين جميع المرشحين.

- **فترة الصمت الانتخابي:**

الميثاق يفرض احترام فترة الصمت الانتخابي والتي تحدد بـ 72 ساعة قبل يوم الاقتراع ، ومنع أي تغطية دعائية خلال هذه الفترة.

- **حظر الإشهار التجاري:**

منع الميثاق استعمال أي وسيلة إشهار تجارية لأغراض الدعاية الانتخابية خلال الحملة.

- **الدقة والموضوعية:**

أكد الميثاق على ضرورة التزام وسائل الإعلام بنقل الحقيقة وتبتعد عن نشر الأخبار المضللة.[1]

- **المساواة في استخدام وسائل الإعلام:**

بما أن مبدأ المساواة ما بين المرشحين فرادى كانوا أمتابعين للأحزاب السياسية من أهم المبادئ التي يجب أن تحظى بضمانات تكون كفيلة لحسن سيروانتظام العملية الانتخابية[2].من أجل ذلك يقر القانون الحق في "الولوج العادل" لجميع المرشحين لوسائل الإعلام الإذاعية و التلفزيونية، بحيث تكون مدة الحصص متساوية لجميع المرشحين للانتخابات الرئاسية وتختلف بالنسبة إلى الانتخابات المحلية و التشريعية تبعا لأهمية عدد المترشحين الذين يرشحهم حزب سياسي أو مجموعة أحزاب سياسية، و يستفيد المترشحون الأحرار من نفس الامتيازات.[3]

---

[3] مزياني فريدة، المرجع السابق، ص78

[1] https://m.youm7.com/story/2019/11/16/4505505/تعرف-على-تفاصيل-الميثاق-الأخلاقى-لانتخابات-الرئاسة-فى-الجزائر

[2] حاشي نهال (مرجع سابق) ، عن (عقيلة خالف، الحماية الجنائية للنظام الانتخابي في الجزائر، مجلة الفكر البرلماني، مجلس الأمة، الجزائر، العدد 16، ماي، 2007ص7)

[3] مرجع نفسه ، عن (المادة 191 من القانون العضوي -12 01 المتعلق بالانتخابات)

خلاصة الفصل الثاني :

الحملات الانتخابية الرئاسية هي في جوهرها معركة إقناع اتصالية تستخدم فيها استراتيجيات خطابية وإعلامية مدروسة، وذلك لكسب ثقة الناخبين وتحقيق الأهداف السياسية للمرشح. ولأن الانتخابات الرئاسية في الجزائر تمثل محطة وطنية حساسة، ولذلك تبرز أهمية التوازن بين القانون والأخلاق، فقد أظهرت الدراسة كيف يتشابك الفكر الاتصالي مع البيئة التشريعية، حيث يتدخل المشرّع الجزائري بوضع إطار قانوني صارم لتنظيم المنافسة، ثم تكتمل الصورة بضوابط أخلاقية تفرض على وسائل الإعلام والفاعلين السياسيين الالتزام بالمسؤولية والمهنية. هذا التوازن بين النص القانوني والالتزام الأخلاقي هو الضمانة الأساسية لتقديم ممارسة سياسية نظيفة تحترم وعي المواطن الجزائري وتضمن سلامة المسار الديمقراطي.



الفصل الثالث : أخلاقيات الاتصال السياسي في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

تمهيد :

شهدت سنة 2019 تطورا كبيرا في قوة وسائل التواصل الاجتماعي على الفضاء السياسي والاجتماعي بالجزائر، ففي الوقت التي كانت فيه أحزاب السلطة تحشد مناضليها لإعادة ترشيح بوتفليقة لولاية رئاسية خامسة، كانت منابر التواصل الاجتماعي تشهد غليانا بسبب الوضع السياسي الجزائري، والذي انفجر مع إعلان الرئيس بوتفليقة نيته في الترشح لعهدة جديدة، وقد ساهم انخفاض أشكال الرقابة التي يفرضها النظام على وسائل التواصل الاجتماعي نشر المعلومات المنتقدة للنظام والداعية للخروج للشارع، وهذا ما زاد في عدد المواطنين المطلعين على تلك المنشورات والذين يميلون لرفض هذا النظام، وعلاوة على ذلك، تسمح لهم التدفقات الأفقية للمعلومات بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات اللوجستية حول الأحداث القادمة وتنسيق تكتيكاتهم على الفور، وهذا يساعد على حل مشاكل العمل الجماعي ويزيد من فرص الاحتجاجات من خلال زيادة احتمال مشاركة الأشخاص الذين يحتمل أن يكونوا مستعدين للمشاركة في الاحتجاجات السياسية بالفعل، وقد تجلى ذلك من خلال التنظيم المحكم الذي عرفه الحراك الشعبي الجزائري عبر مختلف ولايات الوطن أين اتسم بالانضباط والسلمية، وهو ما اعتبر سابقة في دول العالم العربي خاصة إذا ما قورن بالحركات الاحتجاجية في بلدان الربيع العربي .لقد ساهم حراك الشارع الجزائري الذي تم تأطيره عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الغاء الانتخابات الرئاسية لتي كان من المزمع اجراؤها في ماي 2019، حيث أعلن الرئيس استقالته من منصبه وتولى رئيس مجلس الأمة عبد القادر بن صالح رئاسة البلاد وفق ما ينص عليه الدستور الجزائري، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد فالشعب الجزائري استمر في الخروج إلى الشارع لتلبية مطالبه بتغيير النظام ومحاسبة الفاسدين، ولعبت وسائل التواصل الاجتماعي الدور الكبير في ابراز حراك الشارع لا سيما وأن وسائل الاعلام التقليدية مارست الصمت الإعلامي بسبب الضغوط التي ترضت لها والتي منعتها من تغطية أحداث الحراك، لقد أعادت أحداث حراك الشارع رسم الخريطة السياسية في الجزائر حيث برز نشطاء وسائل التواصل الاجتماعي كفاعلين أساسيين في المنظومة السياسية للبلا . أقر رئيس الجمهورية المؤقت عبد القادر بن صالح في خطاب علني يوم 15 سبتمبر 2019 إجراء الانتخابات الرئاسية في 12 ديسمبر بعد تأجيلها لمرتين في ماي وجويلية من نفس السنة، وانطلقت بعدها مرحلة جمع التوقيعات الضرورية للمشاركة في الانتخابات مثلما ينص عليه الدستور، وخلال هذه المرحلة لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في جمع توقيعات الناخبين الجزائريين، حيث شهدت هذه الانتخابات إعلان شخصيات ناشطة على منصات التواصل ترشحها للانتخابات على غرار خرشي النوي، فارس مسدور، سليمان بخليلي، وقد عمد بعض

الناشطين على فايسبوك إلى دعم مرشحين من أجل جمع التوقيعات اللازمة خاصة وأن هذه الشخصيات تحظى بتزكية الجزائريين، حيث تنتمي هذه الشخصيات لطبقة النخبة المثقفة ودائما ما كانت تدافع على مصالح الشعب عبر منابر وسائل الإعلام.

المبحث الأول : تحليل أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الرئاسية 2019 :

المطلب الأول : جدول تحليل أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الرئاسية 2019:

رقم الفيديو	المؤسسة الإعلامية	عنوان الفيديو	نوع الخطاب	رابط الفيديو ومدته	تاريخ التصفح
1	الجزيرة العربية	المشهد الانتخابي لترشح عبد العزيز بوتفليقة للعهدة الخامسة	إعلامي تحليلي	https://www.youtube.com/watch?v=501Zle-qfEY 00:15 :58	2026-05-04
2	التلفزيون العربي	بوتفليقة يلغي ترشحه و تأجيل الانتخابات	مؤسساتي مضبوط	https://www.youtube.com/watch?v=PriF8c96oEE 00 :43 :12	2026-05-03
3	قناة العربية	استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة	سياسي اخباري	https://www.youtube.com/watch?v=PCeKgbF0Alw 00 :01 :37	2026-05-03
4	France 24	استحالة إجراء الانتخابات المؤجلة	إعلامي اخباري	https://www.youtube.com/watch?v=kuz7ENc7wTY 00 :02 :10	2026-05-03
5	القناة الاعلامية البلاد تيفي	الإعلان عن موعد الانتخابات الرئاسية	رسمي دستوري	https://www.youtube.com/watch?v=vgqf30KhxJI	2026-05-04

				00 :01 :15	
6	التلفزيون الجزائري	الحملة الانتخابية 12 ديسمبر2019	سياسي انتخابي	https://www.youtube.com/watch?v=jP-44c_OpI4 00:02:02	2026-05-04
7	الشروق نيوز	المناظرة الرسمية التاريخية	مؤسساتي مضبوط	https://www.youtube.com/watch?v=UNhJYqy0bIY 03:08:28	2026-04-29
8	قناة الغد	تغطية مراكز الاقتراع	إجرائي اخباري	https://www.youtube.com/watch?v=Me9bIcuDprs 00:07:39	2026-04-30
9	الشروق نيوز	تغطية نتائج الانتخابات	إعلامي إخباري	https://www.youtube.com/watch?v=K_xbpCgd-rU 00:01:53	2026-05-05
10	الحياة tv	إعلان المجلس الدستوري للفائز برئاسيات الجزائر 2019	رسمي مؤسساتي	https://www.youtube.com/watch?v=_tmMNzUsv7E 00:05:05	2026-05-05

تحليل الفيديو رقم 1 المشهد الانتخابي :

نرى في هذا الفيديو تقرير حول المشهد الانتخابي لقناة الجزيرة العربية لترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة للعهدة الخامسة ابرز في هذا الخطاب استظافة عبر تطبيق SKYPE وجهتي نظر متعارضتين " قيادي في حزب جبهة التحرير الجزائرية ومحلل صحفي ما خلق جو من التضارب الفكري حول شرعية العهدة الخامسة ،عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية محورين مفصلين في تاريخ الجزائر المعاصر.

1- الاستمرارية مقابل التغيير من خلال السلطة الوطنية تسوق للعهدة الخامسة كضمان للاستقرار واستكمال التعديلات الدستورية بينما الاخر يراها حاجزا سياسيا.

2- ثنائية المستقبل والحاضر من خلال الحرص والتركيز على ارث العشرية السوداء وصورة بوتفليقة كصانع للسلام والاستقرار الوطني من اجل الاستمرار في الحكم.

ونرى القيم الاخلاقية الظاهرة كالإخلاص والوفاء في خطاب الرئيس للذين اعتبرو ترشحه استجابة لنداء الوطن وتلبية لرغبات الشعب بالاضافة الى التركيز على حق الجميع في الترشح كحق ديمقراطي وصناديق الاقتراع هي من تختار الرئيس.

وأما من جانب الاختلالات الاخلاقية نرى فقدان معيار المصداقية والنزاهة بالحديث عن اصلاحات دستورية بعد 20 سنة من الحكم.

بالإضافة الى الحالة الصحية الحرجة للرئيس باعتباره غير قادر للحركة وتحول الخطاب المباشر بين الرئيس وشعبه الى رسائل مكتوبة يقرأها الداعمون و تنشر عبر وكالة الأنباء الجزائرية وهذا ما يخلق حاجزا يقلل من الصدق والنزاهة ضمن اخلاقيات الاتصال السياسي المتعارف عليها.

تحليل الفيديو رقم 2 إلغاء وتأجيل الانتخابات :

نرى في هذا الفيديو عبر قناة التلفزيون العربي لاعلان الرئيس عبد العزيز بوتفليقة نقلاً عن الأمين العام لحزب جبهة التحريرالوطني معاذ بوشارب حيث صرح عدم ترشح الرئيس للعهدة الخامسة وتأجيل الانتخابات التي كانت مقررة 18أفريل 2019 حيث جاء الخطاب سياسي رسمي عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية استجابة لمطالب الشعب في اشارة للمتظاهرين ضده (حراك الشارع) في محاولة لامتصاص ضغط الشعب والتغيير الجذري في تشكيلة الحكومة واعادة ترتيب المرحلة الانتقالية عبر تشكيل ندوة

وطنية مستقلة تتمتع بكل السلطات اللازمة لتدارس واعداد واعتماد كل الاصلاحات التي ستشكل أسس النظام الجديد على ان تنتهي مهمتها قبل نهاية عام2019.

كما أوضح أن الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بأن الندوة الوطنية هي التي ستتولى تحديد موعد اجراء الانتخابات الرئاسية التي لن يكون ضمنها في أي حال من الأحوال حسب تصريحاته ومن خلال القيم الأخلاقية الظاهرة نرى الاعتراف بالأزمة مع الاستجابة للرأي العام عبر تـأجيل الانتخابات الرئاسية وعدم الترشح ، والشفافية في الموضوع من خلال الاعلان عن القرار بشكل رسمي.

أما جانب الاختلالات الأخلاقية عدم احترام الاطار القانوني والخروج عن الدستور ببقائه الى غاية نهاية 2019 رغم أن ولايته تنتهي في افريل واعترافه ضمنيا بأنه غير قادر على تسيير هذا المسار الانتخابي و غير قادر على تطبيق الدستور في نفس الوقت محاولة البقاء في السلطة كما أن الرسالة الاتصالية كانت نقلاً عن الأمين العام للحزب وليس للرئيس نفسه.

ومن الناحية الثانية عدم احترام المشاركين الاخرين فبعد قيامهم بسحب استمارات الترشح والسعي وراء جمع التوقيعات يصطدمون تأجيل الانتخابات فان هذا القرار يتعارض مع القيم الأخلاقية المنصوص عليها، فهذه الاجراءات تمس سلبا على أخلاقيات الاتصال السياسي و سمعة الانتخابات الرئاسية.

تحليل الفيديو رقم 3 استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة :

نرى في هذا الفيديو الاستقالة الفورية للرئيس عبد العزيز بوتفليقة يوم 2افريل 2019 حيث جاء الخطاب سياسي اخباري عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية تقديم رسالة استقالته الى رئيس المجلس الدستوري على ان يتولى تبعا للدستور رئيس مجلس الأمة الجزائري رئاسة للبلاد بوكالة أقصاها 90يوما تجرى خلالها الانتخابات الرئاسية.

وكان هذا القرار مفاجأ من الرئيس الجزائري بالاستقالة والتنحي الفوري عن منصبه يرسم ملامح جديدة للمشهد السياسي في البلاد.

ومن خلال القيم الأخلاقية الظاهرة نرى المعيار الحقيقي لنزاهة وشفافية الرئيس من خلال تقديم مصلحة الوطن والشعب على البقاء في السلطة للسعي وراء الطموحات الشخصية، بالاضافة الى تسليم الرسالة يدويا لرئيس مجلس الدستوري أمام الكاميرات رسالة بصرية مفادها أن الدولة أقوى من الأفراد بهدف اقناع المواطنين والشركاء بأن انتقال السلطة لا يتم تحت فوضى الشارع بل تحت سقف القانون من أجل الحفاظ على هيبة الدولة في لحظة ضعف النظام و هو ما ينسب الى أخلاقيات الاتصال السياسي وتطبيقها.

أما من جانب الاختلالات الأخلاقية نرى انعدام الشفافية في المشهد من خلال تقديم رسالة الاستقالة في جو يعمه الصمت وعدم الحديث المباشر للشعب.

وقدمت رسالة الاستقالة تحت الإكراه لأن في الأخلاق السياسية ترى بأن الاستقالة تكون عند الشعور بعدم القدرة على المجاراة (الصحية والشعبية) لكن كان حدوثها بعد الضغط الشعبي الهائل(حراك الشارع)، وبيان الجيش الوطني الشعبي مما جعل من قيمة الصدق منخفظة لأنها لم تكون نابعة من ارادة ذاتية بل من انسداد الأفق والمخارج من الأزمة وهنا يمثل فقدان للقيم الاخلاقية في الاتصال السياسي.

تحليل الفيديو رقم 4 استحالة اجراء الانتخابات المؤجلة :

نرى في هذا الفيديو نقل الوقائع المتسارعة بالجزائر و قرار المجلس الدستوري بتأجيل الانتخابات المقررة يوم 04جويلية 2019.

وعرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية حول الانسداد السياسي الذي واجهته الجزائر في تلك الفترة لعدم وجود ترشيحات صارحة بعد فصله برقض ملفي الترشح المدعين اليه وتكليف عبد القادر بن صالح باستمراره في رئاسة الدولة رغم نهاية عهدته الدستورية 90 يوما، ويبقى حتى تسلم السلطة للرئيس المنتخب وأن يعمل على تهيئة الظروف الملائمة لتنظيم الانتخابات واحاطتها بالشفافية والحياد لأجل الحفاظ على المؤسسات الدستورية ، ومن خلال القيم الأخلاقية الظاهرة نرى تأجيل الانتخابات وتكون مبنية على الشفافية والنزاهة وليست عملية شكلية محسومة (التزوير) ضمن اطار أخلاقيات الاتصال السياسي.

أما من جانب الاختلالات الأخلاقية نرى انعدام الصدق والمصداقية من خلال رفض المحتجين في الشارع اجراء الانتخابات تحت اشراف رموز النظام السابق واعتبارها انتخابات نتيجتها معروفة مسبقا.

ونرى أيضا التهافت السياسي عند بعض المترشحون الهواة يبلغ عددهم 70 شخصا من خلال تقدمهم لسحب استمارات الترشح وهم يفتقرون للحد الأدنى من القاعدة الجماهيرية أو برنامج سياسي واضح حيث أن هذا السلوك يمثل تشويها غير أخلاقيا لصورة منصب رئاسة الجمهورية من مسؤولية وطنية الى منصة للظهور الاعلامي أمام الكاميرات لأجل الشهرة الشخصية ، وهذا ما يتنافى تماما مع الأخلاق الاتصالية و المهنية ضمن الاتصال السياسي.

تحليل الفيديو رقم 5 الإعلان عن موعد الانتخابات الرئاسية:

نرى في هذا الفيديو صدور اعلان رئيس الحكومة المؤقت عبد القادر بن صالح في خطاب علني يوم 15سبتمبر 2019 باجراء الانتخابات الرئاسية في 12 ديسمبر بعد تأجيلها لمرتين من نفس السنة وانطلقت بعدها مرحلة جمع التوقيعات الضرورية للمشاركة في الانتخابات مثلما ينص عليه الدستور، واتسم الخطاب بطابعه الرسمي الدستوري.

عرض مضمون الرسالة الاتصالية الرسالة تهدف إلى ترسيخ قاعدة أن "القانون فوق الجميع"، والتأكيد على أن الوقت قاد حان لتغليب مصلحة الوطن على الاعتبارات الأخرى (حراك الشارع)، وأن المسار الدستوري هو الممر الإجباري الوحيد للخروج من هذا الانسداد السياسي من خلال نبرة الصوت الهادئة، هدفت الرسالة إلى طمأنة الفئات المتخوفة من التدخلات الخارجية الأجنبية واحتواء القلق، ووضعهم أمام تاريخ زمني محدد ينهي حالة الشك.

و نرى تطبيق القيم الأخلاقية الظاهرة تتمثل في "الأمانة والمسؤولية" تظهر في حرص رئيس الدولة المؤقت على تبرير قراره بالنصوص الدستورية، بدعوة الجميع لتغليب المصلحة العليا للوطن كقيمة أخلاقية تتجاوز مع المصالح الشخصية، مما يوحي بأنه "أمين"على تطبيق الدستور وتعيين رئيس جديد لا يكون إلا عن طريق الانتخاب و صناديق الاقتراع هي من تقرر،مما يعكس مستوى من الشفافية والنزاهة بما يتماشى مع القيم الأخلاقية والمهنية للاتصال السياسي.

تحليل الفيديو رقم 6 الحملة الانتخابية 12 ديسمبر :

نرى في هذا الفيديو 16 من الحملة الانتخابية للمترشح الحر عبد المجيد تبون بولاية سطيف وجاء الخطاب بشكل سياسي انتخابي عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية بجملة من الالتزامات في حال انتخابه تمثلت في أن الشباب هو القوة الداعمة للاقتصاد القادم عبر المؤسسات الناشئة وبعث رسالة طمأنة بأن عهد النهب قد انتهى بعبارة "حنا ضد السراقين" وأن الدولة ستفرق بين المستثمر النزيه والمحتال.

كما نرى بروز القيم الاخلاقية في الصراحة والوضوح حول تقديم التزامات اتجاه فئة الشباب الجامعيين والوفاء للذاكرة الوطنية من خلال التذكير بتضحيات شهداء مجازر 8ماي1945 كما تعهد بمحاربة الفساد واسترجاع المال العام المنهوب. أمّا في الاختلالات الأخلاقية نرى تقديم وعود كبيرة مثل حل مشاكل البطالة فقد يصطدم بالواقع المرير مما يفقد الخطاب مصداقيته مستقبلا، فيساهم بالإخلال في تحقيق الأخلاقيات الاتصالية (الصدق-النزاهة-الشفافية ...) وعدم تحقيق المهنية الاتصالية.

تحليل الفيديو رقم 7 المناظرة الرسمية التاريخية :

نرى في هذا الفيديو المناظرة التاريخية الرسمية ولأول مرة بتاريخ الجزائر بعد كل الاضطربات السياسية الداخلية التي عاشتها خلال الفترة السابقة وكانت هذه المناظرة بشعار الجزائر اليوم تنتخب الجزائر تخطوا خطوات عملاقة نحو الديمقراطية الجزائر تخطوا طريق التغيير في أول مناظرة تاريخية تعزز المشهد السياسي والديمقراطي في بلادنا الجزائر تنتخب على البرامج والأهداف وعلى الرؤى من بين المترشحين الخمسة لرئاسيات الجزائر، وأن الخطاب مؤسساتي مضبوط عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية حول البرامج السياسية والأهداف العامة المترشحين الخمسة في اطار منظم ومتكافئ تمثلت في تقديم وعود بالتعديل على الدستور ومحاربة الفساد الاقتصادي والاجتماعي واسترجاع الأموال المنهوبة.

و جاءت هذه المناظرة كمحاولة اعادة بناء للثقة واقناع المواطنين بجدية الانتخابات وان الشعب وحده هو من سيقرر رئيسه القادم عن طريق الانتخاب يوم 12ديسمبر 2019.

ومن خلال القيم الأخلاقية الظاهرة نرى تكافئ الفرص والحياد الشكلي واحترام الوقت وأما من حيث الاختلالات الأخلاقية لاحظنا غياب المواجهة الحقيقية وضعف النقاش النقدي المتعارف عليه في المناظرات الرسمية الديمقراطية.

تحليل الفيديو رقم 8 تغطية مراكز الاقتراع :

نرى في هذا الفيديو الجزائريون يدلون بأصواتهم لأختيار رئيس من بين المترشحين الثلاث ضمن اطار قانوني عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية ابراز سير العملية الانتخابية ومشاركة المواطنين في الانتخاب وأن الصندوق هو المخرج الوحيد والأمن للأزمة مهما كان حجم الرفض (حراك الشارع) فنرى تطبيق الشفافية الاجرائية من خلال توجههم لمراكز الاقتراع وممارسة الحق الانتخابي رغم التهديدات بالمقاطعة معتبرين ذلك تضحية في سبيل الوطن من أجل العودة الى الحياة الطبيعية برئيس منتخب وتجنب الفراغ السياسي .

أمّا من ناحية الاختلالات الأخلاقية لاحظنا تجاهل الرافضين للانتخابات الرئاسية و التركيز على من حضر في ظل غياب الشخصيات التي كان يطالب بها حراك الشارع.

تحليل الفيديو رقم 9 تغطية نتائج الانتخابات :

نرى في هذا الفيديو التغطية الاعلامية لنتائج الانتخابات الرئاسية في قصر المؤتمرات بقاعة تيميمون للتعرف على الرئيس الثامن الذي سيقود الجزائر في المرحلة المقبلة عرض فيها مضمون الرسالة الاتصالية الشفافية والنزاهة على أن الجزائر فتحت أبوابها

للعالم لمراقبة ونقل الحدث المباشر في حضور وسائل اعلامية محلية وأجنبية قدرت بأكثر من 180 وسيلة اعلامية لتغطية الانتخابات الجزائرية في 12ديسمبر2019.

ونرى تطبيق القيم الأخلاقية الاتصالية الاعلامية في الترحيب بالصحافة الأجنبية واعتبارها شريكا في نقل الحدث بكل شفافية ونزاهة والافتخار بالقدرات الوطنية في تنظيم وتسيير الحدث بعد كل الظروف التي عاشتها الجزائر بداية من شهر فيفري السابق.

منح الثقة والمصداقية للرأي العام و توجيه رسالة للعالم بسلامة المسار الانتخابي باستعراض القوة الاعلامية.

أمّا من جانب الاختلالات الأخلاقية لاحظنا التركيز شكلياً بالمبالغة في عدد الوسائل الإعلامية المشاركة بينما العبرة الأخلاقية تكون في حرية هذه الوسائل بنقل الحدث . كما أن التقرير ابرز الجانب التنظميي المشرق وعدم نقل التحديات والعوائق التي يواجهها بعض الصحفيين في تغطية المناطق البعيدة.

تحليل الفيديو رقم 10: إعلان المجلس الدستوري للفائز بالانتخابات الرئاسية 2019 :

نرى في هذا الفيديو لحظة الاعلان الرسمي لرئاسيات الجزائر ضمن انتخابات ديسمبر 2019 حيث كان الخطاب رسمي مؤسساتي صادر عن هيئة دستورية (السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات).

عرض فيه مضمون الرسالة الاتصالية فوز المترشح عبد المجيد تبون بعد حصوله على الأغلبية المطلقة من الأصوات المعبر عنها وقد أعلنه المجلس الدستوري رئيسا للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لتبدأ مهامه فور أدائه اليمين الدستوري.

ونلاحظ بروزالقيم الأخلاقية التي تمثلت في تصريح المجلس الدستوري حول سير العملية الانتخابية في ظروف حسنة ونزيهة وفقا لما ينص عليه الدستور والقانون الجزائري.

كما نرى الاعلان عن كافة التفاصيل الرقمية بكل شفافية ونزاهة بهدف اعادة بناء الثقة بين المواطنين و الدولة بعد الأحداث الأخيرة في البلاد مما يعكس الأمانة والشفافية وهو ما يتماشى تطبيقيا مع القيم الأخلاقية للاتصال السياسي.

ملخص الفصل الثالث :

نستنتج أن قنوات العينة قد تفاوتت في المعالجة الإعلامية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019؛ إذ نشهد طغيان المقاطع المتناولة لتطورات المشهد السياسي بدءاً من صراع "العهدة الخامسة" ورسائلها المكتوبة، مروراً بمحاولات السلطة لامتصاص ضغط الشارع عبر "سحب الترشح"، وصولاً إلى "الاستقالة" الفورية ولحظة الانسداد الدستوري، بينما طرحت المقاطع اللاحقة المسار الانتخابي من الإعلان عن الموعد والمناظرة التاريخية إلى غاية إعلان المجلس الدستوري للفائز بتكافؤ، دون تغليب طرف على حساب آخر في ظاهر الخطاب الرسمي .

وكخلاصة لما سبق، نستنتج أن الخطاب السياسي السمعي البصري قد تغلب على الصعوبات الميدانية من ناحية مدى الاهتمام بموضوع الأخلاق والالتزام في الاتصال السياسي، كما تقاربت كثيراً في المواضيع التي عرضت في مقاطع الفيديو العشرة الخاصة بكل مرحلة، وباعتمادها على نقل كل ما استجد به الفاعلون حول ذات الموضوع. وهذا ما يوضح أن الوضع السياسي والإتصالي الذي مرت به الجزائر (ابتداءً من 22 فيفري 2019) لم ينطلق من فراغ، حيث تجاذبت المضامين قيم أخلاقية (كالإخلاص، الشفافية، المسؤولية الوطنية)، واختلالات أخلاقية موازية (كفقدان المصداقية، عدم احترام الإطار الدستوري، والتناقض)، فإن هذا ساهم في ظهور ردود الأفعال المعارضة والمؤيدة للاستمرارية والمطالبة بالتغيير .

فمن خلال الموضوعات التي طرحتها المقاطع العشرة (خلال فترة التحليل) أمكن التنبؤ بانتخابات رئاسية مغايرة عن سابقاتها، حيث تعد هذه الانتخابات من بين العديد من المواضيع التي ساهمت في تأجيج الوعي الشعبي، واعتبرت بوادر لتكوين الرأي العام الوطني، الذي ظهر كردة فعل إزاء بناء الشرعية الدستورية الجديدة، وصيغت هذه التجربة باسم الحراك الشعبي والتحول الاتصالي الذي عبّر من خلاله الشعب الجزائري عن رفضه لاستمرارية النظام التقليدي والبحث عن ممارسة سياسية ملتزمة بأخلاقية المهنة الإعلامية.

مدى تحقق فرضيات الدراسة :

أولاً: مناقشة الفرضية الأولى وتحققها :

الفرضية : اتسم الخطاب السياسي للمترشحين خلال الحملة الانتخابية للرئاسيات الجزائرية لسنة 2019 بضعف الالتزام بمبادئ الصدق والشفافية، مع غلبة الطابع الدعائي على الخطاب البرنامجي: أظهرت عملية تحليل المضمون لعينة الفيديوهات تحقق هذه الفرضية جزئياً بنسبة كبيرة؛ حيث كشفت فئات التحليل أن الخطاب السياسي للمترشحين جمع بين محاولة احتضان قيم الشفافية الإجرائية والالتزام والتمسك بالمسار الدستوري كآلية لإقناع الكتلة الناخبة، وبين الاستناد على "خطاب القطيعة" مع الممارسات السابقة لاستمالة الشارع (حراك الشارع). ورغم هذا السعي الظاهري لبناء المصداقية، إلا أن الأداة التحليلية رصدت غلبة واضحة للاستقطابات العاطفية والدعاية السياسية وتلميع الصورة الشخصية، على حساب الأطروحات البرنامجية العميقة والمعالجة النقدية الواقعية للاختلالات الهيكلية، وهو ما يفسر التحقق الجزئي والمشروط لهذه الفرضية .

ثانياً: مناقشة الفرضية الثانية وتحققها :

الفرضية : عرفت التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية اضطرابًا في احترام مبادئ النزاهة والموضوعية والتوازن بين المترشحين: حيث أسفرت الدراسة التحليلية عن تحقق هذه الفرضية بشكل كامل وقاطع؛ إذ أظهرت المؤشرات الكمية والكيفية المستخرجة من عينة الدراسة عن وجود اختلالات مهنية وأخلاقية صريحة في أداء وسائل الإعلام (لا سيما القنوات التلفزيونية التي أعيد نشر مضامينها عبر يوتيوب). وقد اتضح هذا الإخلال في بروز "التحيز الإعلامي" وغياب المعالجة النقدية الصارمة لطروحات المترشحين، حيث فضلت تلك الوسائل اتخاذ مواقف "الحذر الاتصالي" والتمركز في مناطق آمنة سياسياً تماشياً مع منطق البقاء المؤسسي، مما أدى إلى تراجع معايير الموضوعية والتوازن، مستبعدة في ذلك "المناظرة التلفزيونية" التي شكلت محاولة إجرائية لكسر النمطية السائدة رغم القيود التنظيمية التي أحاطت بها .

ثالثاً: مناقشة الفرضية الثالثة وتحققها :

الفرضية : سجل الاتصال السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي انتشار ممارسات غير أخلاقية، تمثلت في تداول الأخبار غير الموثوقة، والتضليل الإعلامي، وخطاب الإساءة : ثبت تحقق هذه الفرضية بالكامل من خلال الواقع التطبيقي للدراسة؛ حيث كشفت فئات المضمون أن البيئة الاتصالية الافتراضية المماثلة للحملة الانتخابية تحولت إلى فضاء مفتوح لتدفق اتصالي غير منضبط. وقد استغلت الأطراف الفاعلة الرقمية غياب الرقابة القانونية الصارمة ونطاق الحرية الافتراضي لإنتاج ونشر مضامين اتسمت بـ

"خطابات الإساءة"، والتنازع السياسي، والاعتماد الكثيف على المصادر غير الرسمية. هذا التوظيف الرقمي العشوائي ساهم بشكل مباشر في تغذية مظاهر التضليل الإعلامي وفقدان المصداقية داخل الفضاء العمومي الافتراضي .

رابعاً: مناقشة الفرضية الرابعة وتحققها :

الفرضية : أثر السياق السياسي والإعلامي الاستثنائي للانتخابات الرئاسية لسنة 2019 تأثيرًا مباشرًا في مستوى الالتزام بأخلاقيات الاتصال السياسي لدى الفاعلين السياسيين والإعلاميين : تفيد المخرجات التحليلية للبحث بـ تحقق هذه الفرضية تماماً؛ ذلك أن الحقبة التاريخية والحساسة التي ميزت جزائر 2019 (المتمثلة في ديناميكية حراك الشارع وضغط الشارع والمقاطعة السياسية) فرضت معادلة مركبة على الفاعلين. هذا المناخ المتوتر دفع بالفاعلين السياسيين (المترشحين) والمنصات الإعلامية إلى ملائمة استراتيجياتهم الاتصالية بناءً على حسابات الأزمة وليس بناءً على الالتزام الطوعي للمدونات الأخلاقية، مما جعل مستويات الالتزام بقيم المسؤولية الوطنية والمهنية تتأرجح وتخضع لمنطق البقاء والمواجهة والتحصن السياسي ضد ضغوطات البيئة الخارجية.

.خامساً: مناقشة الفرضية الخامسة وتحققها :

الفرضية : يساهم نوع الوسيلة الاتصالية المستعملة (إعلام تقليدي أو شبكات تواصل اجتماعي) في تحديد درجة الالتزام أو الإخلال بأخلاقيات الاتصال السياسي خلال الحملات الانتخابية : تؤكد نتائج المقارنة التحليلية الميدانية تحقق هذه الفرضية بشكل ملموس؛ حيث أثبت البحث وجود قطيعة او اختلال بنيوي ووظيفي بين نمطين من الأداء المرجعي للوسائل: فبينما انزلق الإعلام التقليدي نحو فخ إعادة إنتاج الخطابات الموالية للسلطة والنمطية الدفاعية الحذرة، اتجه الإعلام الرقمي الجديد (يوتيوب والشبكات التفاعلية) نحو الفوضى الاتصالية المتمثلة في التضليل والتدفق العشوائي والخطاب الهجومي الحاد. هذا التباين الإحصائي والموضوعي يؤكد أن طبيعة الوسيلة الاتصالية وخصائصها التقنية والتفاعلية تعد متغيراً حاسماً في هندسة ونوع الاختلالات الأخلاقية المرتكبة أثناء الحملات الانتخابية.

نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة النظرية والتحليلية لموضوع أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية للرئاسيات الجزائرية لسنة 2019، ومن خلال تحليل المضامين والخطابات السياسية والتغطيات الإعلامية المرتبطة بالحملة الانتخابية، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن عرضها كما يلي:

1. أظهرت الدراسة أن الاتصال السياسي لعب دورًا محوريًا في الحملات الانتخابية للرئاسيات الجزائرية لسنة 2019، باعتباره الوسيلة الأساسية التي اعتمد عليها المترشحون ووسائل الإعلام للتأثير في الرأي العام واستمالة الناخبين .

2. كشفت الدراسة أن الخطاب السياسي خلال الحملة الانتخابية اتسم في كثير من الأحيان بالطابع الدعائي أكثر من اعتماده على الطرح البرامجي الواقعي، حيث ركز بعض المترشحين على التأثير العاطفي ومحاولة كسب التعاطف الشعبي بدل تقديم حلول سياسية واضحة .

3. بينت الدراسة وجود تفاوت في مستوى الالتزام بأخلاقيات الاتصال السياسي بين مختلف الفاعلين السياسيين والإعلاميين، إذ ظهرت بعض الممارسات التي مست بمبادئ الصدق والشفافية والموضوعية .

4. توصلت الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية لم تكن دائمًا متوازنة، حيث برزت بعض أشكال الانحياز الإعلامي في معالجة الأخبار السياسية المتعلقة بالمترشحين والانتخابات .

5. أكدت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت فضاءً رئيسيًا للتأثير السياسي خلال انتخابات 2019، نظراً لقدرتها على الوصول السريع إلى الجمهور وتداول المعلومات بشكل واسع.

6. أظهرت الدراسة أن الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي ساهم في انتشار الأخبار غير الموثوقة والمعلومات المضللة وخطابات الإساءة، وهو ما أثر على جودة النقاش السياسي داخل الفضاء الرقمي .

7. كشفت الدراسة أن السياق السياسي الاستثنائي الذي عرفته الجزائر سنة 2019، خاصة في ظل الحراك الشعبي، كان له تأثير مباشر على طبيعة الخطاب السياسي والإعلامي وعلى مستوى الالتزام بالأخلاقيات المهنية .

8. توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام التقليدية فقدت جزءًا من تأثيرها لصالح الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت المصدر الأساسي للمعلومات السياسية لدى فئة واسعة من الجمهور .

9. أظهرت الدراسة أن غياب الرقابة الفعالة على المحتوى الرقمي ساهم في اتساع دائرة التجاوزات الأخلاقية المرتبطة بالتشهير والتضليل الإعلامي ونشر الإشاعات .

10. بينت الدراسة أن أخلاقيات الاتصال السياسي تمثل عنصرًا أساسيًا في تعزيز نزاهة العملية الانتخابية وبناء الثقة بين المواطن والفاعل السياسي والإعلامي .

11. أكدت الدراسة أن احترام مبادئ المسؤولية الاجتماعية داخل الممارسة الإعلامية والسياسية يساهم في ترسيخ الثقافة الديمقراطية وتقوية المشاركة السياسية الواعية .

12. توصلت الدراسة إلى أن نجاح الحملات الانتخابية لا يرتبط فقط بقدرة المترشح على التأثير الإعلامي، بل أيضًا بمدى احترامه للقيم الأخلاقية في التواصل مع الجمهور .

13. أظهرت الدراسة أن البيئة الرقمية الحديثة فرضت تحديات جديدة على أخلاقيات الاتصال السياسي، خاصة فيما يتعلق بسرعة تداول المعلومات وصعوبة التحقق من صحتها .

14. أكدت الدراسة أن الحاجة أصبحت ضرورية لوضع آليات قانونية وأخلاقية أكثر فعالية لتنظيم الاتصال السياسي داخل وسائل الإعلام التقليدية والرقمية خلال الفترات الانتخابية .

15. خلصت الدراسة إلى أن تعزيز الوعي الإعلامي والسياسي لدى الجمهور يعد من أهم الوسائل لمواجهة التضليل الإعلامي والتأثيرات السلبية للاتصال السياسي غير الأخلاقي.

التوصيات الأخلاقية والإعلامية :

- ضرورة تعزيز التكوين الأخلاقي والمهني للعاملين في المجال الإعلامي والسياسي
- وضع آليات رقابية فعالة لمتابعة الخطاب السياسي والإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.
- سنّ قوانين أكثر صرامة لمواجهة الأخبار الكاذبة وخطابات التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- تشجيع وسائل الإعلام على الالتزام بمبادئ الحياد والموضوعية والتوازن في التغطية الانتخابية.

- نشر الوعي الإعلامي لدى المواطنين من أجل تعزيز قدرتهم على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.
- دعم الممارسات الاتصالية التي تقوم على الحوار واحترام الرأي الآخر بما يخدم المسار الديمقراطي في الجزائر.
- سن قوانين واضحة تنظم الاتصال السياسي عبر الوسائط الجديدة لضمان عدم المساس بكرامة المتنافسين ونزاهة العملية الانتخابية .

وختاماً، إن الارتقاء بالممارسة السياسية في الجزائر يمر حتماً عبر "أخلقة" العمل الاتصالي، وجعل القيم المهنية والصدق مع المواطن حجر الزاوية في أي استحقاق انتخابي قادم.



الخاتمة العامة

إن الاتصال السياسي لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأفكار والبرامج السياسية، بل أصبح قوة حقيقية قادرة على صناعة التأثير وتوجيه الرأي العام وصياغة المواقف داخل المجتمع. فمع التطور الكبير الذي عرفته وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، أصبحت الحملات الانتخابية تعتمد بدرجة كبيرة على الأساليب الاتصالية والإعلامية من أجل استقطاب الناخبين وكسب ثقتهم، وهو ما جعل مسألة الأخلاق في الممارسة الاتصالية والسياسية قضية بالغة الأهمية، خاصة في الفترات الحساسة التي تمر بها الدول أثناء الاستحقاقات الانتخابية.

وقد كشفت هذه الدراسة أن الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2019 جرت في سياق سياسي واجتماعي استثنائي، تميز بارتفاع سقف المطالب الشعبية واتساع دائرة النقاش السياسي داخل المجتمع، وهو ما جعل مختلف الفاعلين السياسيين والإعلاميين أمام تحديات حقيقية تتعلق بكيفية إدارة الخطاب السياسي والإعلامي بطريقة تحترم القيم الأخلاقية والمهنية. إلا أن الواقع أظهر أن مستوى الالتزام بأخلاقيات الاتصال السياسي لم يكن دائمًا في المستوى المطلوب، حيث برزت العديد من الممارسات التي مست بمبادئ الصدق والشفافية والموضوعية، سواء في بعض الخطابات السياسية أو في التغطيات الإعلامية أو حتى عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تحولت خلال تلك المرحلة إلى فضاء مفتوح للصراع السياسي وتبادل التأثير والتعبئة.

كما بيّنت الدراسة أن وسائل الإعلام، بمختلف أشكالها، لعبت دورًا محوريًا في تشكيل صورة الأحداث السياسية وتوجيه إدراك الجمهور لها، غير أن هذا الدور لم يكن دائمًا محكومًا بالحياد والمسؤولية المهنية، إذ ظهرت بعض أشكال الانحياز والتضليل الإعلامي وتداول الأخبار غير الموثوقة، وهو ما ساهم في خلق نوع من الارتباك لدى الرأي العام وأثر على طبيعة النقاش السياسي داخل المجتمع. وفي المقابل، أظهرت الدراسة أيضًا أن شبكات التواصل الاجتماعي منحت مساحة أوسع للتعبير الحر والمشاركة السياسية، لكنها في الوقت نفسه فتحت المجال أمام انتشار خطابات الإساءة والتشويه والتلاعب بالمعلومات، نتيجة غياب الضوابط الأخلاقية والقانونية الكافية لتنظيم هذا الفضاء الرقمي.

ومن خلال تحليل الخطابات والمضامين الإعلامية المرتبطة بالحملة الانتخابية، تبيّن أن الاتصال السياسي في كثير من الأحيان اتجه نحو الطابع الدعائي أكثر من تركيزه على تقديم برامج سياسية واضحة وواقعية، حيث طغت محاولات التأثير العاطفي واستمالة الجمهور على النقاشات الجادة المتعلقة بالقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي كانت تشغل المواطن الجزائري آنذاك. وهذا ما يؤكد أن نجاح أي ممارسة ديمقراطية لا يرتبط فقط بتنظيم الانتخابات في حد ذاتها، وإنما كذلك بمدى احترام الفاعلين السياسيين

والإعلاميين للقواعد الأخلاقية التي تضمن نزاهة العملية الاتصالية وتحافظ على حق المواطن في الحصول على معلومة صحيحة ومتوازنة.

كما توصلت الدراسة إلى أن أخلاقيات الاتصال السياسي لا يمكن أن تتحقق بصورة فعلية إلا من خلال تكامل عدة عناصر، من بينها وجود إعلام مهني مستقل، وتشريعات قانونية واضحة، ووعي مجتمعي قادر على التمييز بين الخطاب الموضوعي والخطاب الموجَّه، إضافة إلى ترسيخ ثقافة سياسية تقوم على احترام الرأي الآخر والابتعاد عن الممارسات التي تقوم على التضليل أو التشويه أو استغلال العواطف لتحقيق مكاسب سياسية ظرفية.

وفي ضوء ما سبق، فإن الحاجة أصبحت ملحة اليوم إلى إعادة الاعتبار للأخلاقيات داخل الممارسة السياسية والإعلامية، خاصة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي جعلت تداول المعلومات يتم بسرعة كبيرة وفي نطاق واسع يصعب التحكم فيه أحيانًا. لذلك فإن تعزيز مبادئ الشفافية والنزاهة والمسؤولية الاجتماعية في الاتصال السياسي يعد خطوة أساسية لبناء بيئة ديمقراطية سليمة تقوم على الثقة المتبادلة بين المواطن والمؤسسات السياسية والإعلامية.

وفي الأخير، يبقى موضوع أخلاقيات الاتصال السياسي من المواضيع التي تفرض نفسها بقوة في الدراسات الإعلامية والسياسية المعاصرة، لأنه يرتبط بشكل مباشر بمستقبل الممارسة الديمقراطية وجودة الحياة السياسية داخل المجتمعات. كما أن التطورات المتلاحقة التي تعرفها وسائل الاتصال الحديثة تستدعي المزيد من الدراسات العلمية التي تبحث في تأثير الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للعمل السياسي والإعلامي، خاصة في المجتمعات التي تشهد تحولات سياسية متسارعة كالجزائر.

وفي إطار السعي للإجابة عن التساؤل الرئيسي حول مدى نجاح الإطار الأخلاقي – المتمثل في ميثاق أخلاقيات الممارسة المهنية – في ضبط سلوكيات الفاعلين السياسيين أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية لعام 2019، خلصت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات الجوهرية : أظهرت نتائج الدراسة أن الإطار الأخلاقي قد نجح نسبياً في وضع المعايير العامة التي تؤطر الممارسة السياسية، إلا أن فاعليته في ضبط السلوكيات الفعلية للمترشحين ظلت محدودة وتواجه تحديات ميدانية.

تبين أن التزام الفاعلين السياسيين بالميثاق الأخلاقي لم يكن موحداً، حيث تفاوت بين الخطاب النظري الذي يتبنى مبادئ الصدق والنزاهة، وبين الممارسات الانتخابية التي تأثرت بالظروف السياسية المعقدة التي ميزت الفترة .وعليه، يمكن القول إن ميثاق أخلاقيات الممارسة المهنية لعام 2019 عمل كإطار توجيهي ومرجعي أكثر منه كآلية

ردعية إلزامية؛ إذ ظلت الممارسات الانتخابية خاضعة لحسابات سياسية وتنافسية حالت دون التطبيق الصارم للضوابط الأخلاقية في بعض جوانبها.

نستنتج أن تعزيز دور الإطارات الأخلاقية في الاستحقاقات المستقبلية يتطلب بالضرورة ربط هذه المواثيق بآليات رقابية تنفيذية أكثر فاعلية، مع ضرورة العمل على ترسيخ "ثقافة أخلاقية" لدى الفاعل السياسي، تتجاوز حدود الالتزام الشكلي لتصل إلى الاقتناع العميق بضرورة حماية نزاهة العملية الانتخابية.

قائمة المصادر والمراجع

1-الكتب :

1- سيروان أنور مجيد: النصية في لغة الإعلام السياسي، عالم الكتب الحديث للنشر، إربد، 2013 .
2- عبد الوهاب الكيالي: الموسوعة السياسية، ج2، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1985 .
3- كمال المنوفي: نظريات النظم السياسية، ط1، وكالة المطبوعات، الكويت، 1985 .
4- كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، المكتب الإسلامي، بيروت، 2004 .
5- جبار علاوي: الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2015 .
6- محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1429هـ.
7- صحراوي بن شيخة وآخرون: التسويق السياسي، كنوز المعرفة، عمان، 2010.
8- عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي، دار أسامة للنشر، عمان، 2010.
9- عبد الوهاب الكيالي: موسوعة السياسة، الجزء الثاني، المؤسسة العربية للدراسات، بيروت، 1981.
10- عاطف عدلي العبد: الدعاية والإقناع، الجزء الأول، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
11- محمد منير حجاب: الدعاية السياسية وتطبيقاتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
12- محمد حمدان المصالحة: الاتصال السياسي مقترب نظري، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 2002.
13- محمد سعد أبو عامود: التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007.
14- ساجي عبد العزيز: التسويق الاجتماعي والسياسي، دار نهضة مصر، الجيزة، 2013.
15- أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل: معجم المصطلحات التربوية، عالم الكتاب، القاهرة، 1996.
16- عبد الله بن علي الفردي: الوعي السياسي في الإعلام، دار طويق للنشر، الرياض، 2010.
17- زير فان سليمان البرواري: الوعي السياسي وتطبيقاته، مطبعة خاني، دهوك، 2006.

18- مولود زايد الطيب: التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، عمان، 2001.
19- زويلف، مهدي حسن؛ واللوزي، سليمان أحمد: التنمية الإدارية والدول النامية، ط1، دار مجدلاوي، الأردن، 1993.
20- ياغي، محمد عبد الفتاح: الأخلاقيات في الإدارة، المكتبة الوطنية، عمان، 1995.
21- الشكري، علي يوسف: المنظمات الدولية والإقليمية المتخصصة، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
22- الأشعري، أحمد داود: الوجيز في أخلاقيات العمل، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، 2008.
23- نجاتي، محمد عثمان: الحديث النبوي وعلم النفس، دار الشروق، بيروت، 2002.
24- قاموس الفلسفة وعلم النفس، 2000.
25- زهران، حامد عبد السلام: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، 1984.
26- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير،ط2،عالم الكتب،القاهرة،2000.
27- محمد منير حجاب،المعجم الإعلامين،دار الفجر للنشر والتوزيع،2004.
28- محمد السعدي،القاموس الجديد للطلاب،ط1،الشركة التونسية للتوزيع والشركة الوطنية للنشر والتوزيع (د،ب)،1979.
29- ابن منظور الأنصاري،لسان العرب،م12-15 ط1،1424ه\2002م،دار الكتب العلمية،بيروت،لبنان.

2-الرسائل الجامعية والأطروحات والمذكرات :

1- سعد بن سعود بن محمد: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2006.
2- بني خالد، خلف حمدان سميران: درجة التزام الإداريين التربويين في مديريات التربية والتعليم في محافظة المفرق بأخلاقيات مهنة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس الثانوية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الهاشمية، الأردن، 2007.

3- الحوراني، غالب صالح عبد الرحمن: تطوير مدونة الأخلاقيات الأكاديمية للأستاذ الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلبة في الجامعة الأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن، 2005.
4- المزروعي، خميس بن محمد بن خميس: مدى التزام مديري المدارس الثانوية بأخلاقيات المهنة من وجهة نظر الهيئات الإدارية والتدريسية بسلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2003.
5- شافية بن زايد، محمد زيبوش: رقابة المجلس الدستوري على الانتخابات الرئاسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص دولة ومؤسسات، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة.
6- حاشي نهال: النظام الانتخابي في الجزائر وأثره على العملية الديمقراطية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام تخصص حقوق وحريات سياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد.
7- سعيد سايح: نظرية التواصل عند هابرماس،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص فلسفة عامة،جامعة زيان عاشور الجلفة.
8- نسيبة فريجات: أولويات القضايا البيئية لدى إذاعة الوادي المسموعة وجمهورها،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،تخصص اتصال بيئية،جامعة الجزائر3.

3-المقالات والمجلات والأوراق العلمية :

1- المزجاجي، أحمد بن داود: "أخلاقيات المدير المسلم في الإدارة العامة"، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية، العدد 24، جامعة الكويت، 1994.
2- خالد رجب وغادة حجازي: "التنشئة السياسية وعلاقتها بتوكيد الذات"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية، المجلد 21، العدد 3، 2013.
3- شلوس، ميجل: "النجاحات والإخفاقات في برامج محاربة الفساد - دروس مستفادة من التجارب العالمية"، مؤتمر آفاق جديدة في تقوية النزاهة والشفافية والمساءلة الإدارية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2001.
4- سفيان فوكة: "الحكم الراشد المحلي: بحث في قيم وأدوات التمكين"، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني حول إشكالية الحكم الراشد وإدارة الجماعات المحلية والإقليمية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2010.
5- أحمد، فاطمة أمين: "استخدام المقابلة المهنية في خدمة الفرد في دراسة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية"، مجلة كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد السادس، 1999.

6- مزياني فريدة: "الرقابة على العملية الانتخابية"، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، العدد الخامس.
7- مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية.

4-المحاضرات :

1- محمدي اسمهان: محاضرات في تحليل المواثيق والمعاهدات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2015.
2- أ.د. فتيحة طويل: محاضرة في مقياس النظريات المعاصرة في علم الاجتماع، جامعة بسكرة.
3- جامعة محمد خيضر، بسكرة: محاضرات جامعية.
4- الجامعة التقنية الوسطى، بغداد: محاضرات جامعية.

5-القوانين والوثائق الرسمية :

1- قانون عضوي رقم 12-01 المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق لـ 12 يناير 2012، يتعلق بنظام الانتخابات.
2- الالتزامات الـ54، رئاسة الجمهورية الجزائرية.

6-المواقع الالكترونية :

1- https://studies.aljazeera.net/ar/reports/2019/12/2019-191211075402366.html?utm_source=chatgpt.com
2- https://el-mouradia.dz/ar/president/commitments?utm_source=chatgpt.com
3- https://al-ain.com/article/charter-of-ethics-campaign-algeria?utm_source=chatgpt.com
4- https://m.youm7.com/story/2019/11/16/تعرف-على-تفاصيل-الميثاق-الأخلاقى-لانتخابات-الرئاسة-فى-الجزائر/4505505؟utm_source=chatgpt.com

المراجع باللغة الأجنبية :

1-Books :

1- Pierre Mouandjo B. Lewis, Patrice Mbianda: théorie et pratique de la communication, l'Harmattan, Paris, 2010.
2- Jacques Gerstlé: la communication politique, Armand Colin, Paris, 2004.
3- Pierre Mongean et Johanne Saint-Charles: Communication horizons de pratiques et de recherche, Volume 2, Presse de l'Université du Québec, Québec.
4- Gabriel Thoveron: la communication politique aujourd'hui, Deboeck-Wesmael, Bruxelles, 1990.
5- Ulrike Mayrhofer: Marketing, 2ème édition, Bréal, 2006.
6- Catherine Viot: l'essentiel sur le marketing, Berti édition, Alger, 2006.

2-Article, journal, and scientific papers :

1- Arnand Mercier: "pour la communication politique" ،revue Hermès,38,2004

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال

وثيقة ايداع المذكرة

الموضوع: آخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الجزائرية
دراسة تحليلية للانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

إعداد الطالب :

1- بلعربي مروان رقم التسجيل: 212135078869

2- حفناوي مريان رقم التسجيل: 212135083285

القسم: علوم الاعلام والاتصال الشعبة: اتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ (ة): محمدي اسمهان

الرتبة: محاضر أ

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2025-2026 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

جامعة المسيلة
رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال
يوسفي عبد الغني

الخاتمة العامة:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues
قسم علوم الاعلام والاتصال

الرقم: / 2026

انا الممضي (ة) ادناه : السيد(ة): حفناوي ريان

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم):

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:
100021022035490009

الصادرة بتاريخ : 2023.08.20 عن دائرة : بوسعادة

المسجل(ة)بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 35083985

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر ' مذكرة ماجستير ' اطروحة دكتوراه). عنوانها:.
أخلاقيات الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية الرئاسية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 21 ماي 2026

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الخاتمة العامة:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

الرقم: / 2026

انا الممضي (ة) ادناه : السيد(ة): بلعربي مروان

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم):

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:
100010995038630007

الصادرة بتاريخ : 2023/09/11 عن دائرة : المسيلة

المسجل(ة)بكلية: العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 212135078869

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر ' مذكرة ماجستير ' اطروحة دكتوراه). عنوانها:
أخلاقيات الإتصال السياسي في الحملات الإنتخابية الجزائرية
دراسة تحليلية للإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني (ة):

عن رئيس المجلس
و بتفويض منه عن

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

Scanned with CamScanner