

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية
قسم علم الاجتماع السياسي والعلاقات الدولية

اتصال الأحزاب السياسية الجزائرية عبر شبكة الإنترنت

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية

تخصص : الاتصال، العولمة و ضبط النزاعات

إشراف الأستاذ :

الدكتور خليفة بوراس

إعداد الطالبة :

عزيزي جميلة

أعضاء لجنة المناقشة :

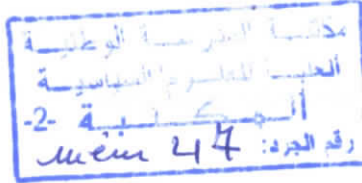
- 1/ هناد محمد رئيس أستاذ محاضر / م وع ع س
1/ بوراس خليفة مشرفا ومقررا أستاذ محاضر / م وع ع س
1/ عظيمي أحمد عضوا مناقشا أستاذ محاضر / جامعة الجزائر 3
1/ بن زاوي عبد السلام عضوا مناقشا أستاذ محاضر / جامعة الجزائر 3

السنة الجامعية : 2011 / 2012

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية
قسم علم الاجتماع السياسي و العلاقات الدولية

اتصال الأحزاب السياسية الجزائرية
عبر شبكة الإنترنت

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية
تخصص الاتصال، العولمة و ضبط النزاعات



إشراف الأستاذ:

الدكتور خليفة بوراس

إعداد الطالبة:

عزيزي جميلة

أعضاء لجنة المناقشة:

- أ/ هناد محمد..... رئيسا..... أستاذ محاضر أ/ م و ع ع س.
أ/ بوراس خليفة..... مشرفا ومقررا..... أستاذ محاضر أ/ م و ع ع س.
أ/ عظيمي أحمد..... عضوا مناقشا..... أستاذ محاضر أ/ جامعة الجزائر 3.
أ/ بن زاوي عبد السلام..... عضوا مناقشا..... أستاذ محاضر أ/ جامعة الجزائر 3.



السنة الدراسية: 2011 - 2012

2لمة شكر

بعد شكر الله وحمده و توفيقه لإتمام هذه الدراسة
يشرفني أن أتقدم بالشكر الجزيل و التقدير الخالص إلى
الأستاذ المشرف الدكتور خليفة بوراس على توجيهاته القيمة
و مساعدته المستمرة بداية من مناقشة موضوع الدراسة حتى
إخراج هذه المذكرة في طبعها النهائية.

جميلة

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي و خالي عبد القادر وإلى

عائلة عزيزي خاصة حبيبتي " هاجر".

والسيدة أسمى التي وقفت إلى جانبي وإلى صديقتي المخلصة

أمينة و إلى زملائي من الدفعة الأولى بالمدرسة الوطنية العليا

للعلوم السياسية خاصة تخصص الاتصال العولمة وضبط النزاعات .

جميلة

ملخص الدراسة باللغة العربية، الفرنسية و الإنجليزية:

أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية

تمحورت الدراسة حول التطورات الحاصلة في ميدان الاتصال الإلكتروني للأحزاب السياسية، وتحول هذا الاتصال الإلكتروني السياسي إلى ممارسة في العديد من الدول المتطورة.

ركزت الدراسة في هذا الإطار على الإستخدامات السياسية لشبكة الإنترنت من طرف الأحزاب السياسية على المستوى العالمي وبالأخص نموذج أحزاب الولايات المتحدة الأمريكية (حملة أوباما عبر الإنترنت).

عالجت الدراسة على المستوى الوطني، استخدامات الأحزاب السياسية الجزائرية لخدمات الإنترنت في اتصالها السياسي، وركزت على طرق تسيير هذه الأحزاب لمواقعها الرسمية.

حللت الدراسة كعمل ميداني أربع مواقع إلكترونية رسمية لأربع أحزاب: حزب جبهة التحرير الوطني - التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية - حزب التجمع الوطني وحركة مجتمع السلم، وفقاً لمعايير عديدة منها ثراء الموقع، تنوع البرامج والمضامين وتجديدها دورياً، طرق عرضها، سهولة الإبحار فيها والتحاور الهادف.

توصلت الدراسة إلى أن الأحزاب السياسية في الجزائر ليست واعية بالقدر الكافي بأهمية استخدام مواقعها، وذلك بعدم توفير برامج حوارية كتطبيق للديمقراطية التشاركية وبناء الحكم الراشد، ويظهر ذلك في التسيير العشوائي لهذه المواقع وجمودها، الأمر الذي دفع إلى البحث عن أسباب وخلفيات هذا اللامع في عصر تنظم فيه الأمم إنتخاباتها إلكترونياً بشكل رسمي.

ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الفرنسية:

Résumé:

La présente étude a porté sur l'évolution enregistrée dans le domaine de la communication électronique et l'exploitation par les partis politiques de cette nouvelle technologie, ainsi que de nombreux pays développés.

Cette étude a traité, également, de l'usage politique de l'Internet, particulièrement, par les partis politiques dans le monde, dont un intérêt particulier modèle des partis des États-Unis d'Amérique (la campagne d'Obama via Internet comme modèle).

A l'échelon national, l'étude a examiné l'usage par partis politiques algériens des services offerts par l'Internet dans leur communication politique, avec un intérêt manifeste aux méthodes de gestion de leurs sites officiels.

Elle est aussi le fruit d'une analyse du travail de terrain effectué sur des sites officiels de quatre partis: le Front libération National - Le Rassemblement pour la Culture et la Démocratie - le Rassemblement national et démocratique-Le Mouvement de la Société pour la Paix, sur la base de plusieurs critères, notamment le critère relatif à la richesse du site, ceux de la diversité des programmes, du contenu, leur renouvellement périodique, les méthodes d'affichage, de navigation facile et les forums interactif.

Les conclusions de l'étude font ressortir que les partis politiques en Algérie n'ont pas encore pris conscience de l'importance de l'utilisation de l'Internet comme moyen de communication ainsi que de leurs sites Web, dans ce sens qu'ils n'exploite pas cet outil dans l'organisation de talk-shows, un procédé novateur dans le domaine de la démocratie participative et la sensibilisation à la bonne gouvernance. Ce constat apparaît dans la gestion statique des sites. Il apparaît aussi important de chercher les causes à l'origine de ce constat et de l'inconscience des partis politiques des possibilités énormes offerts par l'Internet, à une époque où les nations comptent organiser leurs élections par voie électronique.

ثالثا : ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية:

Summary

The study focused on the developments in the field of electronic communication for political parties, and the transformation of this political electronic communication into practice in many developed countries.

The study focused on the political uses of Internet by political parties in the world and in particular, the model of parties from the United States of America (Obama's campaign via the Internet).

The study examined at the national level, the use of Algerian political parties of Internet services for their political communication and focused on the management's methods of their official websites.

The study analyzed a field work of official websites of four parties: The National Liberation Front Party – The Gathering for Culture and Democracy Party – the Party of National Gathering and the Society of Peace Movement, according to several criteria including the richness of the website, the diversity of programs, content, periodical renewal, methods of display, easy navigation and aimed dialogue.

The study found that political parties in Algeria are not conscious enough of the importance of the use of their websites, by not providing talk shows as application of

participatory democracy and build of good governance, this is reflected in the bad static websites's management, which prompted the search for the causes and backgrounds of this unconscious of these parties in the era where nations organize their elections electronically in an official form.

محتويات الدراسة.....الصفحة

- I.....كلمة شكر
- II.....الإهداء
- III...ملخص الدراسة باللغات الثلاث (العربية، الفرنسية و الإنجليزية)
- 01.....مقدمة

فصل تمهيدى

ماهية الإتصال السياسى

- 09.....أ مفهوم الإتصال السياسى
- 10.....ب- نشأة الإتصال السياسى
- 11.....ج- العلاقة بين الإتصال والسياسة
- 13.....د- أنواع الإتصال السياسى
- 15.....و- وظائف الإتصال السياسى
- 17.....هـ- مقاربات لدراسة الإتصال السياسى

الفصل الأول

الانترنت:فضاء جديد لممارسة الإتصال السياسى

- 20.....المبحث الأول:ماهية الإنترنت كوسيط اتصالى
- 21.....المطلب الأول :مفهوم الإنترنت كوسيط اتصال
- 21.....المطلب الثانى: أشكال الإتصال بعد ظهور الإنترنت ...
- 23.....المطلب الثالث: أدوات الإتصال عبر الإنترنت
- 26.....المبحث الثانى: التأثير السياسى لأدوات الإتصال عبر الإنترنت
- 26.....المطلب الأول : التأثير السياسى لأدوات الإتصال عبر الإنترنت على الفرد
- 27.....المطلب الثانى: التأثير السياسى لأدوات الإتصال عبر الإنترنت على النظام السياسى
- 33.....المطلب الثالث: التأثير السياسى لأدوات الإتصال عبر الإنترنت على المنظمات السياسية
- 33.....المبحث الثالث: نماذج توظيف الأحزاب السياسية لإنترنت
- 34.....المطلب الأول :نموذج حملة هوارد دين 2004
- 36.....المطلب الثانى : نموذج حملة الرئيس بارك أوباما 2008

الفصل الثاني

الاتصال الحزبي في الجزائر

- المبحث الأول: تطور الأحزاب السياسية في الجزائر بعد 1989 40
- المطلب الأول: الوضع الدستوري و القانوني للأحزاب السياسية الجزائرية 40
- المطلب الثاني : خارطة الأحزاب السياسية الفاعلة 44
- المبحث الثاني: أشكال و قنوات اتصال الأحزاب السياسية الجزائرية 50
- المطلب الأول: أشكال الإتصال الحزبي 51
- المطلب الثاني: قنوات الإتصال الحزبي 54
- المبحث الثالث: علاقة الأحزاب السياسية الجزائرية بالمجتمع و لسلطة 58
- المطلب الأول: علاقة الأحزاب السياسية الجزائرية بالمجتمع 58
- المطلب الثاني: علاقة الأحزاب السياسية الجزائرية بالسلطة 60

الفصل الثالث

تحليل المواقع الإلكترونية الحزبية

- المبحث الأول: التحليل المرتبط بدرجة تطور الموقع الإلكتروني 63
- المطلب الأول : معيار التفاعلية و تحيين -تجديد- الموقع 63
- المطلب الثاني : معيار استخدام الوسائط المتعددة ،خريطة الموقع وسهولة التصفح 68
- المبحث الثاني : التحليل المرتبط بدرجة ثراء الموقع من حيث المضمون 69
- المطلب الأول : مشاركة المناضلين في الموقع و اللغات المستخدمة 69
- المطلب الثاني : الروابط المقترحة 71
- الاستنتاجات العامة والاقتراحات 72
- خاتمة 77
- الملاحق 79
- قائمة المراجع 84



مقدمة

إن تعزيز المسار الديمقراطي يحتاج إلى وجود أحزاب سياسية فعالة وذات استمرارية، قادرة على تمثيل المواطنين من خلال التواصل المستمر معهم، من خلال استخدام مختلف القنوات الاتصالية المتاحة لتمكين المواطن من ممارسته حقه في المشاركة في تسيير شؤونه العامة في إطار ما يعرف بالديمقراطية التشاركية.

وفي سياق تسارع وتيرة التطور التكنولوجي يتحتم على قادة الأحزاب إعادة النظر في السياسات الاتصالية لمواكبة التطورات الحاصلة، فمن يسبق منافسيه في استغلال هذه التكنولوجيات سيكون في الغالب الأوفر حظا في الفوز في مختلف الاستحقاقات.

فالتكنولوجيات الحديثة تمكن من التقرب أكثر من المواطنين وهي الميزة التي دفعت الكثير من الأحزاب في العالم إلى الابتكار في استخدامها، من خلال إنشاء مواقع إلكترونية حزبية تفاعلية تفتح إمكانية مناقشة القضايا المحلية و العالمية و تقديم جدول أعمال المسؤولين و نسخ أعداد إلكترونية من الصحف الحزبية، بالإضافة إلى محاولة معرفة آراء الجمهور من خلال عمليات سبر الرأي و دراسة الرسائل التي تستقبل من الجمهور عن طريق الموقع الإلكتروني الرسمي .

وفي هذا السياق ، يبرز النموذج الأمريكي و تحديدا حملة المرشح الأمريكي باراك أوباما سنة 2008 الذي أصبح مثال يقتدى به، في مجال التوظيف السياسي لشبكة الإنترنت ، وهي حملة رئاسية استغلت بذكاء تجربة المرشح الأمريكي هواردين الذي كان سباقا في هذا المجال.

وينطوي الاهتمام بالتطورات الحاصلة في قنوات اتصال الأحزاب السياسية أهمية بالغة في الأنظمة الديمقراطية الناشئة ، لأن هذه التكنولوجيات و فرت كما ذكر سابقا إمكانية التحدث مع المواطنين بشكل مباشر بعيدا عن مصفاة الإعلام الرسمي الذي يتسم عادة بالانحياز لأحزاب دون أخرى.

وفي هذا السياق يحاول البحث دراسة التطورات الحاصلة في ميدان قنوات اتصال الأحزاب و خاصة مع ظهور الإنترنت باعتباره أحدث قناة اتصال وظفتها الأحزاب في العالم وحققت بذلك نتائج لم تكن متوقعة.

الدراسة تحاول إسقاط هذا الاهتمام العلمي على الجزائر التي شهدت تعثرا في المسار الديمقراطي قبل التسعينات من القرن الماضي ، ثم صدور دستور 1989 الذي سمح بالتعددية الحزبية و الإعلامية التي أفرزت أكثر من ستين حزب و عشرات الجرائد اليومية.

فالببحث بصدد رصد واقع استخدام الأحزاب السياسية في الجزائر للإنترنت بصفته قناة للاتصال السياسي مع مراعاة السياق الاجتماعي، الذي تمارس فيه الأحزاب هذا النشاط المحوري في حياة كل حزب سياسي يطمح لتحقيق أهدافه بطرق شرعية .

1 - أهمية الدراسة

أ - الأهمية العلمية للدراسة:

تسعى الدراسة لرصد واقع استخدام الأحزاب السياسية في الجزائر للإنترنت ومدى مواكبتها للتطورات الحاصلة في هذا المجال ، مع التركيز على كيفية تسيير الأحزاب لمواقعها الرسمية باعتبارها مرآة تعكس مستوى التواجد الافتراضي لهذه التشكيلات السياسية التي تعد ركيزة أساسية في تعزيز المسار الديمقراطي للجزائر.

ب - الأهمية العملية للدراسة :

تهدف الدراسة إلى تقديم بعض الاقتراحات العملية التي من شأنها المساهمة في تحسين مستوى توظيف خدمات الإنترنت من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية ، بناء على تجارب الدول التي سبقتنا في هذا المجال وخاصة النموذج الأمريكي مع مراعاة عامل التباين المتعلق بالسياق المجتمعي بين الجزائر و الولايات المتحدة الأمريكية.

2- إشكالية الدراسة

لجأت بعض الأحزاب السياسية الجزائرية إلى استخدام الإنترنت خلال التسعينات من القرن الماضي بإنشاء مواقع رسمية خاصة بها بهدف ممارسة اتصال سياسي إلكتروني ، مستقل في ظل احتكار السلطة السياسية الجزائرية لمجال السمع البصري الذي تحول إلى مطلب جماهيري وأكاديمي وقد تبلور ذلك في المناداة بقانون للسمعي البصري ضمن حزمة الإصلاحات التي تقدم بها النظام الحاكم 2010 / 2011 .

فالأحزاب السياسية الجزائرية استخدمت شبكة الإنترنت و بادرت إلى إنشاء مواقع رسمية ولكن واقع استخدام هذه المواقع يفتح بابا واسعا من الإشكاليات منها :

هل الأحزاب السياسية في الجزائر مواكبة للتطورات الحاصلة في مجال الاستخدام السياسي للإنترنت و ما هو واقع تسييرها لمواقعها الرسمية؟

وتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- متى بدأت الأحزاب السياسية الجزائرية تستخدم الإنترنت و تحديدًا خدمة المواقع الإلكترونية الرسمية في اتصالها ؟
- 2- ماهي نوعية المضامين و الخدمات التي توفرها المواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية الجزائرية لزائرها ؟
- 3- ما مدى استفادة الأحزاب السياسية الجزائرية من استخدام المواقع الإلكترونية الرسمية ؟

3- منهج الدراسة :المنهج الوصفي

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي بحكم أن الدراسة تنتمي إلى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد ،و تعتمد على جمع الحقائق تحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها و الوصول إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها .

وتوظف الدراسات الوصفية كذلك في البحوث السياسية والإعلامية لأغراض الوصف المجرد أو المقارن بين الأفراد و الجماعات ،وفي وصف الاتجاهات و الدوافع واستخدامات وسائل الإعلام تم تفسير و تحليل هذه الاتجاهات .

فالمنهج الوصفي يهتم بدراسة الأوضاع الراهنة من حيث خصائصها أشكالها وعلاقتها، والعوامل المؤثرة فيها كما أنه يشتمل في الكثير من الأحيان، على عمليات التنبؤ بمستقبل الظواهر والأحداث، وبالنسبة لهذه الدراسة فإن المنهج ملائم لمعرفة مدى مواكبة الأحزاب السياسية في الجزائر للاستخدام السياسي للإنترنت وما أحدثته من أثر كبير في ميدان الإتصال السياسي الذي يعد شرطا أساسيا لحياة الحزب ، ورصد واقع تسيير-توظيف الأحزاب السياسية الجزائرية الفاعلة في الساحة السياسية ولا سيما الأحزاب المتواجدة بالبرلمان الجزائري الحالي الذي أفرزته نتائج آخر انتخابات 2007 التشريعية.

4 – تحديد مجتمع البحث

إن مجتمع البحث يتشكل من مجموع الأحزاب السياسية الجزائرية التي تملك مواقع إلكترونية تكون قابلة للدراسة، وهنا يشار إلى أن الدراسة لا تستخدم مصطلح عينة لأن مجتمع البحث صغير لا يتعدى 100 مفردة ومنه وجب تحديد مجتمع بحث مستهدف و ليس عينة بحث .

إن مجتمع البحث المستهدف هو مجموع المواقع الحزبية الرسمية ووحدة التحليل هي كل موقع إلكتروني حزبي جزائري.

في هذا الإطار يذكر أن عدد الأحزاب المتواجد بالساحة السياسية تقلص من 87 -حزبا بعد صدور قانون تأسيس الأحزاب لسنة 1989 إلى 27 حزبا بعد التعديل الذي طرأ على القانون في عام 1997. وبهدف تحديد قائمة الأحزاب المتواجدة على الساحة السياسية الجزائرية ،انطلقت الدراسة من قائمة الأحزاب السياسية المشكلة للبرلمان الحالي و التي أفرزتها آخر نتائج انتخابات تشريعية 2007 (أنظر الملحق رقم 1).

واستنادا على التشكيلة الحزبية للبرلمان الحالي ، تم تحديد وحدات مجتمع البحث المستهدف حيث تبين في هذا المستوى من البحث، أن نصف الأحزاب التي تشكل البرلمان الجزائري الحالي لا تملك مواقع إلكترونية خاصة بها فمن بين 22 حزبا التي تملك مقاعد - بحذف المستقلين- وجدت الدراسة أن 11 حزبا يملك موقعا وضمن هذا العدد يمكن حذف خمس مواقع لأن أربعة منها لا تعمل -خلال فترة إجراء

- البحث- في حين وجدت أن موقع حزب التجمع الجزائري مجرد صفحة وضعت سنة 2009 و نفس الملاحظة تنطبق على موقع حزب العمال وبالتالي بقيت أربعة مواقع قابلة للتحليل هي:
- موقع حزب جبهة التحرير الوطني
 - موقع حزب التجمع الوطني الديمقراطي
 - موقع حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية
 - موقع حركة مجتمع السلم.

5- أدوات الدراسة

للإطلاع على مدى مواكبة الأحزاب السياسية للاستخدام السياسي للإنترنت ،و الكشف عن كيفية توظيفها لمواقعها الإلكترونية تطلب الأمر القيام بمقابلات مع المكلفين بتسيير المواقع الحزبية وبعض التقنيين. استعانت الدراسة بالمقابلة كأداة لجمع المعلومات من مصادرها الأولية ،حيث تم في هذا الإطار إجراء أربع مقابلات مباشرة مع المكلفين بتسيير المواقع الحزبية بهدف التعرف على تاريخ إنشاء الموقع والأهداف المسطرة من أجل ذلك والطاغم البشري المسير للموقع ونقاط أخرى تتعلق بعملية تحليل الموقع. كما أجريت ثلاثة مقابلات مع تقنيين على مستوى وكالة الأنباء الجزائرية - مكان إجراء التربص - خلال الفترة من 3 إلى 30 جويلية 2011، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع صحفيين بالقسم الوطني على مستوى نفس الوكالة حول استخدامهم لمواقع الأحزاب محل الدراسة.

6 - النطاق الزمني للدراسة

امتد النطاق الزمني للدراسة ستة أشهر من شهر جوان إلى ديسمبر من سنة 2011 قسمت هذه الفترة إلى مرحلتين الأولى امتدت من شهر جوان إلى أوت حيث تم تتبع جميع المواقع الحزبية بما فيها المواقع المهجورة ،في حين خصصت المرحلة الثانية الممتدة من شهر سبتمبر إلى ديسمبر للمتابعة اليومية لأربع مواقع حزبية التي كانت محل التحليل.

تزامنت فترة الدراسة بحدوث تحولات سياسية على المستوى الوطني تمثلت في موجة الإصلاحات السياسية التي بادر بها رئيس الجمهورية و مناقشتها من طرف البرلمان الجزائري لاسيما المتعلقة بتعديل قانون الأحزاب السياسية و قانون الانتخابات و قانون الإعلام ، وهي قوانين تمس بشكل مباشر حياة الأحزاب .

كما شهدت الساحة العربية خلال فترة الدراسة حراك شعبي أدى في بعض الدول العربية إلى إسقاط أنظمة عجزت فيها الأحزاب عن لعب دور الوسيط بين الشعب و السلطة السياسية ولم تتمكن من التعبير ونقل انشغالات الشعب، الأمر الذي جعله يلجأ إلى الشارع للتعبير عن مطالبه.

7-أسباب اختيار الموضوع

تنوعت بين دوافع ذاتية وأخرى موضوعية .

أسباب ذاتية:

- الرغبة في التخصص في مجال الإتصال السياسي ،باعتباره نقطة التقاء محورية تجمع بين تخصصي في علوم الإعلام و الإتصال -أثناء مرحلة الليسانس-و العلوم السياسية -أثناء مرحلة الماستر .
- بناء أرضية معرفية حول موضوع اتصال الأحزاب السياسية في الجزائر و بناء شبكة من العلاقات الشخصية تساعدني مستقبلا في تحضير أطروحة الدكتوراه في هذا المجال .
- رغبتي في مواولة مهنة التدريس الجامعي في مجال الإتصال السياسي .
- التشجيع الذي تلقينته من عدة أستاذة عن طرحي لفكرة الدراسة .

ب- أسباب موضوعية:

- إثراء المكتبة ببحث علمي يعالج موضوع إتصال الأحزاب ،خاصة أمام قلة المراجع باللغة العربية في مجال الإتصال السياسي عموما و اتصال الأحزاب على وجه التحديد ومن ثم إثراء المكتبة بهذا النوع الجديد من الدراسات .
- محاولة وضع تصور عملي يمكن استغلاله من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية.
- فتح باب البحث في هذا المجال الذي عادة ما يتخوف منه الطلبة بسبب قلة المراجع الخاصة بالأحزاب السياسية الجزائرية و التي تركز على الجانب القانوني فقط عن دراستها للظاهرة الحزبية.
- لفت أنظار رجال السياسة في الجزائر-مسؤولو الأحزاب السياسية- لأهمية البحث العلمي في مجال طرق اتصالهم و تأثير هذا الجانب الأساسي في حياة الحزب بالتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الاتصالات .

8-أدبيات الدراسة

يعد موضوع اتصال الأحزاب السياسية من أهم المواضيع ورغم ذلك تم تسجيل نقص في الدراسات التي تتناول هذا الموضوع ومن بين الدراسات المتوفرة نذكر:

1 دراسة بيبا نوريس حول التطورات في اتصالات الأحزاب (2005)¹:

دليل عملي للراغبين في الترشح لانتخابات، كما أنه مهم لكل دارس ومهتم بمجال التسويق السياسي.

¹بيبا نوريس، التطورات في اتصالات الأحزاب ، ترجمة نور الأسعد، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ط1، بيروت، 2005.

والكتاب يقدم الخطوات الضرورية للفوز بالانتخابات، كما يضم معجما خاصا بالمصطلحات المستعملة في الحملات الانتخابية، وأسئلة بحث منهجية، كما أنه مذيّل بمسوغات الحملة واقتراح تخطيط استراتيجي للمشاركة في الانتخابات.

2 - دراسة محمد سعود البشر: " مقدمة في الاتصال السياسي " (1997)¹:

وهو الكتاب الأكثر شهرة في هذا المجال باللغة العربية ويتضمن مختلف تعاريف الاتصال السياسي كما يتضمن مختلف المحددات النظرية التي يمتزج فيها السياسي بالاتصال والإعلام.

3 - دراسة كمال الدين جعفر عباس الاتصال السياسي (2004)²:

تستحضر هذه الدراسة البعد الفكري في الاتصال السياسي مبيّنة وضوح هذا البعد في كيفية تعامل الإعلام الغربي مع حرب الخليج الأولى، واضطرابه في الإعلام العربي من خلال دراسة الكاتب التطبيقية لاتجاهات الصحافة العربية إزاء مشكل جنوب السودان.

4- دراسة اتصال الأحزاب الفرنسية عبر شبكة الإنترنت :تطبيقات و إستراتيجيات جديدة³

حللت الدراسة عشرة مواقع إلكترونية لأحزاب فرنسية ، وركزت في التحليل على طبيعة المضامين المنشورة بالإضافة إلى تحليل الرسائل الإلكترونية التي يتلقاها الحزب انطلاقا من هذه المواقع. كما ناقشت الدراسة طرق استغلال الوسائط المتعددة و الأدوات التفاعلية المستخدمة وتابع التحليل لمدة سنة من 2005 إلى 2006 ، استعان الباحث بفرق بحث تكفلت بالتتبع اليومي لمواقع الأحزاب المختارة.

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن استخدام المواقع الإلكترونية من طرف الأحزاب الفرنسية كان بهدف دعم الإتصال السياسي عبر قنوات جديدة وليس كبديل لان معظم المضامين المنشورة عبر المواقع تم عرضها بواسطة وسائل إعلامية أخرى ،فمنطق العملية هو إعادة إنتاج للمعلومات المتوفرة.

استنتج الباحث أن الأحزاب السياسية الفرنسية، لم تستغل الأنترنت بشكل جيد في تنشيط الفضاء العمومي ، الذي توسع مع ظهور الإنترنت.

ولهذا فالمواقع تحولت إلى مجرد أرشيف إلكتروني متوفر عبر شبكة الإنترنت مع تسجيل غياب للخدمات التفاعلية .

¹ محمد البشر، مقدمة في الاتصال السياسي ، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.

² كمال الدين جعفر عباس ، الاتصال السياسي ، دار الفكر، بيروت، 2004.

³ - BLANCHARD, Gersende, « La communication politique partisane sur Internet : des pratiques et des stratégies nouvelles ? », thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction d'Isabelle Paillart, GRESEC, Université Stendhal Grenoble 3, volumes principaux p.449 ; volume des annexes p.481et cédérom, soutenue le 26 novembre 2007.

سمحت هذه الدراسة بوضع إطار عام لموضوع طرق استخدام الأحزاب السياسية للإنترنت ومنهج يمكن الاستفادة منه عند تحليل المواقع الرسمية للأحزاب خاصة في ظل غياب منهجية علمية متفق عليها في مجال تحليل المواقع عموماً .

5 - دراسة :موقع أوباما نجح في جذب الناخبين من منافسه ماكين : حرب الكترونية تدور رحاها على هامش الانتخابات الرئاسية الأمريكية .

حلت الدراسة التي نشرها "مشروع الامتياز في الصحافة" التابع لمركز الأبحاث "بيو" مضمون الموقعين الإلكترونيين الرسميين للمرشحين الديمقراطي والجمهوري وذلك للوقوف على أثر استخدام الإنترنت في هذه الانتخابات مقارنة بالانتخابات السابقة.

اعتمدت الدراسة على قياس قدرة مستخدمي الإنترنت على المشاركة في مختلف الأقسام بالموقع وذلك على أساس أربعة عوامل أولها نوعية الأقسام المتفاعلة الموجودة وثانيها مدى إمكانية إضفاء الاهتمامات الشخصية على الصفحة بحيث تحتوى الصفحة على بعض الأقسام مرتبة وفق أولوية كل مستخدم وهو ما يطلق عليه Customization مثلما هو الحال في (غوغل وياهو).

وثالثها نوع أدوات توصيل المعلومات التي تسهل على المستخدمين متابعة الأخبار الجديدة لحملة مرشحهم الرئاسي و أخيراً مدى نجاح الموقع الإلكتروني في تسهيل الأنشطة الأساسية التي تعتمد عليها الحملة أو ما يطلق عليها Grassroots Activities مثل جمع التموليلات اللازمة وتنظيم اللقاءات والتجمعات وتسجيل الناخبين وإجراء اتصالات هاتفية داعمة للحملة إلى حد الوصول للناخبين في منازلهم¹ وأهم نتيجة توصلت إليها الدراسة كانت أن الديمقراطيين وتحديداً مرشحهم "باراك أوباما" هو الأكثر استفادة من هذا الوسيط الإعلامي الجديد وهو شبكة الإنترنت في الدعاية الانتخابية.

وخلصت الدراسة إلى أن فريق حملة أوباما أبدى تركيزه مبكراً على تحفيز المؤيدين وتحويل حماسهم إلى طاقة تم استغلالها على الأرض لتوسيع الانخراط في الأنشطة التي تُعتبر العمود الفقري للحملة - تمويل- منذ الانتخابات التمهيدية بين أوباما وهيلاري كلينتون، ومن هنا اتسعت الفجوة بينهما.

وأكدت الدراسة أن موقع حملة أوباما على الإنترنت وهو www.barackobama.com يحتوي على روابط الكترونية لقصص إخبارية من وسائل الإعلام الأميركية المختلفة تتكلم عن المرشح الشاب وهو جانب يلقي اهتماماً أكبر من فريق حملة أوباما عن حملة ماكين التي تهتم أكثر بالبيانات الصحافية التي تصدر عن معسكر المرشح الجمهوري حيث وصلت نسبتها إلى 40 في المائة مقابل 12 في المائة فقط على موقع أوباما.

¹ - موقع أوباما نجح في جذب الناخبين من منافسه ماكين : حرب الكترونية تدور رحاها على هامش الانتخابات الرئاسية الأمريكية . على الرابط التالي : http://www.26sep.net/news_details.php?lng=arabic&sid=47150

وذكرت الدراسة أن موقع أوباما على الانترنت يُسهل عملية التفاعل على مستخدميه إذ يمكنهم تلقي أحدث أخبار الحملة أولاً بأول واختيار نقاط بعينها للتركيز عليها في المناقشات الانتخابية مع أصدقائهم أو أقاربهم أو في التجمعات الانتخابية لاستمالة الناخبين في صف المرشح الديمقراطي، كما يسهل عليهم تحميل بوسترات ومنشورات الحملة الانتخابية وإجراء مكالمات هاتفية عن طريق الانترنت للناخبين المترددين الذين لم يحسموا أمرهم بعد لمن يصوتون في الولايات المتأرجحة .

كما خللت الدراسة الجمهور المستهدف لكلا الموقعين الانتخابيين، واتضح تفوق أوباما الذي كان يتوجه فريق حملته إلى 20 فئة مختلفة قبل انعقاد المؤتمر الوطني العام للحزب الديمقراطي في شهر أوت 2008 وإعلانه مرشحاً رسمياً للرئاسة، في مقابل حملة ماكين التي ركزت على مخاطبة ست فئات فقط، ويوفر المرشحان نسخة إسبانية لموقعيهما مخاطبين الأميركيين من ذوى الأصول الإسبانية والذين يمثلون نسبة كبيرة بين الناخبين، إلا أن كلا الموقعين ضعيف للغاية ويقتصران على موجز مواقف المرشحين من بعض القضايا خاصة تلك المتعلقة بالفئة المستهدفة.

ركزت الدراسة على أهمية استخدام الإنترنت في مجال التسويق السياسي في ظرف مهم بالنسبة للأحزاب، مشيرة إلى دور متصفحي الإنترنت في توفير الدعم المالي للحملة الانتخابية وهو عنصر أساسي في إنجاح الحملات الانتخابية.

9 - تقسيم الدراسة

قسم محتوى الدراسة إلى ثلاثة فصول و فصل تمهيدي كمقدمة ضرورية لفهم الاتصال السياسي أما الفصل الأول من الدراسة خصص للبحث عن إجابة واضحة تتعلق بتحول الإنترنت إلى فضاء جديد للممارسة السياسية من خلال التطرق لمميزات الإتصال عبر الإنترنت و التأثيرات السياسية لوسائل الإتصال عبر الإنترنت على الفرد، النظام السياسي والمؤسسات الوسيطة، وختم هذا الفصل بالتطرق إلى نماذج أحزاب استخدمت الإنترنت في حملاتها الانتخابية منها النموذج الأمريكي (حملة أوباما الانتخابية).

الفصل الثاني من الدراسة يعالج و بشكل مختصر تطور الأحزاب في الجزائر انطلاقاً من عهد التعددية الحزبية، وكذلك السياق العام الذي تنشط فيه الأحزاب من خلال محاولة معرفة طبيعة العلاقة التي تربط الحزب بالمجتمع من جهة وعلاقة الحزب في الجزائر بالسلطة، مع شرح أهم أشكال اتصال الأحزاب والقنوات الاتصالية المستخدمة في هذا الإطار مع بعض الإسقاطات على الأحزاب الجزائرية.

الفصل الثالث من الدراسة هو عمل ميداني يتمحور حول تحليل المواقع الإلكترونية الأربعة المختارة وفقاً لمعايير محددة ثم استنتاجات عامة واقتراحات و خاتمة .

فصل تمهيدي

ماهية الإتصال السياسي

يعد الإتصال موضوع كل العلوم الاجتماعية لأنه بالدرجة الأولى يعد نشاط إنساني ، يدرس من مختلف الاتجاهات العلمية ، وما يهم في البحث هو دراسة الإتصال من منظور العلوم السياسية ، لأن الحزب السياسي عندما يتصل مع المناضلين أو غيرهم فهو يمارس إتصال سياسي . وبهدف إعطاء صورة شاملة عن الإتصال السياسي ، خصص الفصل التمهيدي لدراسة ماهية الإتصال السياسي بشكل مختصر .

أ : مفهوم الإتصال السياسي: اختلف الباحثون والدارسون لكل من علوم الإتصال والسياسة وعلم الاجتماع، في تحديد مفهوم دقيق للإتصال السياسي نظرا لتعدد المعاني التي ترتبط بشطري المصطلح "الإتصال" و "السياسة"، و زاد اختلافهم باختلاف مقاربات ومنطلقات العلوم الاجتماعية مما صعب الوصول إلي جعل اتفاق على مفهوم محدد لهذا المصطلح. يعرف دومنيك والتون (Dominique Wolton)، الإتصال السياسي بأنه :

"الفضاء الواسع الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتعارضة من طرف ثلاث فاعلين يملكون جزء من الشرعية السياسية والديمقراطية هم رجال السياسة والصحفيون والرأي العام من خلال سبر الآراء".¹ يركز هذا التعريف على زاوية التفاعلات التي تحدث بين رسائل المشاركين في الإتصال السياسي والمختلفون في درجة الشرعية السياسية من أجل ممارسة الديمقراطية. يعرف جون ماري كوتري (Jean-Marie Cotteret) الإتصال السياسي على أنه:

"تبادل للمعلومات بين الحاكم والمحكومين، عبر قنوات إرسال مهيكلية أو غير رسمية، وهو يلبي مطالب ويستجيب على وجه التحديد لحاجة معينة، وهي تأمين الربط بين الحكام والمحكومين، ذلك أن كل حاكم يريد أن يجعل قراراته مقبولة، وكل محكوم يسعى لأن يشكل ويصوغ حاجاته و يجعل الآخرين يوافقون عليها وهذا لن يتم إلا الإتصال، أي التبادل"²

يركز هذا التعريف على النتائج التي يرغب طرفي الإتصال في تحقيقها من هذا الإتصال، فهو يعتبر ضرورة في حركية العلاقة بين الحاكم والمحكوم اللذان يتصلان باستخدام مختلف القنوات لتحقيق تبادل في الأهداف، وعرف الإتصال السياسي أيضا، حسب القاموس النقدي للإتصال، على النحو التالي :

"الإتصال السياسي ليس مجرد عملية قصف المعلومات من المرسل إلى المستقبل وإنما يجب أن يكون المرسل "الحاكم" في استماع دائم للمحكومين، فبدون التبادل لا يوجد اتصال سياسي"³.

هذا التعريف يركز على نقطة أساسية تتمثل في أهمية استماع الحاكم للمحكومين والتي تعد ركيزة تحقيق التبادل بين الطرفين (حاكم ومحكوم) لأنه، عن طريق الاستماع، يتمكن الحاكم من التقرب للمحكوم وفهم انشغالاته ومشاكله و بالتالي اتخاذ القرارات و وضع السياسات التي لا تتناقض مع هذه الانشغالات .

¹ -Dominique Wolton, *penser la communication*, Paris, Flammarion, 1998, P.378

² -Jean-Marie Cotteret , *Gouvernant et Gouvernés*, Puf,1973,p 5-9

³ - Lucien SFEZ, *Dictionnaire de la communication*, 1 er éd ; tom 2, Paris, Puf, 1993, p, 1335.

هذا التعريف هو الأنسب للإتصال السياسي و لهذه الدراسة التي ستعالج بسيطاً منه هو الإتصال السياسي الذي يمارسه فاعل سياسي محدد هو الحزب السياسي و طرفي الإتصال يتمثلان في الحزب و زوار موقعه الإلكتروني .

ب.نشأة الإتصال السياسي:

قد ارتبطت المعرفة السياسية منذ الفكر اليوناني القديم بالاعتبارات الفلسفية والأخلاقية السائدة فأرسطو نظر إلى الإنسان ككائن سياسي بطبعه يحكمه قانون أسمى، والدولة من وجهة نظره: " شركة بين قوم يعيشون معا لتحقيق أفضل حياة ممكنة " ¹، وفق قانون التكامل بين أفراد المجتمع. ومن المواضيع التي تناولها الفكر السياسي لهذه المرحلة: التركيز على رأس الهرم السياسي وهيمنة المنهجية الوصفية والانطباعية في تحليل المواضيع السياسية وسيادة التنظير الفلسفي فيها، مع غياب شبه تام لدراسة الإتصال السياسي بين الدولة وأفراد المجتمع، واستمر نفس التحليل ونفس المنهجية المتبعة في الدراسة حتى مع بروز مفكرين سياسيين واجتماعيين مرموقين كهوبز ولوك، وروسو ومكيافيلي الذي درس المجال السياسي بمعزل عن الدين والأخلاق، واهتم بالحاكم وطرق تقويته على حساب المحكومين.

ومع بروز عصر النهضة بدأ بعض المفكرين في طرح أفكار جديدة تعبر عن التحولات السياسية والاجتماعية والمعرفية الجديدة في أوروبا في ارتباطها بالإتصال السياسي، إلا أن أول من أعطى دفعة قوية لهذا العلم هو جون ميلتون صاحب النظرية الليبرالية في القرن السادس عشر الميلادي من خلال تأكيده على الحرية في التعبير والتواصل والمشاركة السياسية، ورفض منطق احتكار السلطة والإيمان التام بالديمقراطية، وهذه " الأفكار هي التي عمل كانط وهيغل وماركس وغيرهم في تطويرها، والذين ساهموا في وضع أسس الديمقراطية الحديثة " ²، في عصر ما بعد الثورة الصناعية. وتميز هذا العصر ببروز مجموعة من المفاهيم التي تدرج في صميم التواصل السياسي بفعل التأثير بمفهوم الديمقراطية من جهة كالرأي العام وجماعات الضغط والانتخابات والأحزاب السياسية والنخب وغيرها.

وتأثر علم السياسة بكل العلوم الاجتماعية الناشئة كعلم الاجتماع وعلم النفس، إلا أن سنة 1956م سجلت محاولة التنظير الفعلية لما يسمى بالإتصال السياسي من خلال دراسة العلاقة بين الأنظمة في التأثير على سلوك الناخبين، وتحديد دور الجماعات النشيطة العامة في المجتمع.

¹- سعد آل سعود، الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي ، الرياض ، منشورات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006، ص.37.

²- نفس المرجع ، ص. 39.

ومع التغييرات العالمية الحالية، وزحف العولمة وتحول العالم إلى قرية صغيرة حسب ما تنبأ به ماركس هان في خمسينيات القرن الماضي، تزايدت الحاجة إلى الإتصال السياسي والاهتمام بدراسة العلاقة بين الفرد والسياسة ومكونات المجتمع وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى، فلم تعد السياسة:

" حكرا على من يمارسون العمل السياسي فحسب، فالسياسة أصبحت سلوكا يقوم به أفراد المجتمع العاديين كما يقوم به القانم على السلطة السياسية، إلى الحد الذي دفع البعض إلى تسمية هذا العصر بعصر السياسة والتسييس".¹

ومن الأمثلة التي تعبر عن دور الإتصال السياسي والخبراء في فوز السياسيين في عصرنا الحالي ذكر فليب ماريك:

" فوز الرئيس السابق للولايات المتحدة الأمريكية جون كنيدي كمرشح عن الحزب الديمقراطي سنة 1960، على خصمه الجمهوري ريتشارد نيكسون بفضل طريقته في التواصل، بعدما لعبت وقتها الصورة و التلفزيون دورا هاما في نجاحه في المناظرة التلفزيونية التي جرت بينهما، رغم أن خطابه كان سطحيا مقارنة بمنافسه الذي كانت خطبه وازنة من الناحية السياسية و فشل فرنسوا ميتران في الانتخابات الفرنسية لمرتين، وفي المرة الثالثة استعان بخبراء التواصل الذين نصحوه بتعديل أنيابه ليبدو وديعا بعدما كان يبدو عدوانيا للمشاهدين، كما عدل من خطابه ليصبح بسيطا يصل إلى الجميع بعد أن كان أكاديميا"²

وهذا السبب هو الذي دعا مجموعة من المعاهد والجامعات الغربية إلى الاعتراف بالاتصال السياسي كحق تعليمي، وميدان مستقل عن باقي الأبحاث، فقد اتضح أن نتائجها: "نافعة وكثيرا ما تجري الاستفادة العملية من أبحاث الاتصال السياسي لا سيما في مجالات التحليل الخطابي والدعاية ودراسات الإقناع"³، ولكن كيف وصل هذا التزاوج بين التواصل والسياسة إلى هذا الحد؟

من خلال ما تقدم يمكن القول أن الجزائر لم تعرف الإتصال السياسي بشكله المبسط إلا بعد إقرار التعددية الحزبية، حيث كان يمارس قبل هذه المرحلة إعلام السلطة المبني على اتجاه واحد من المحكوم إلى الحاكم و الرسالة الإعلامية تجسدت في القرارات و التوجيهات التي ترسل إلى المواطن بهدف التنفيذ.

ج. العلاقة بين الإتصال والسياسة

من غير الممكن تصور العملية السياسية في غياب العملية اتصالية، ولذلك يمكن القول بأن العلاقة بينهما جدلية دياكتيكية، تختلف دائرة التأثير بينهما باختلاف الأنظمة السياسية السائدة في بلد ما،

¹ - حمد آل سعود، علاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية، منشورات كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ط1، الرياض، 2002، ص. 75.

² - نفس المرجع، ص. 81.

³ - أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف، سلسلة عالم الفكر، مجلد 32، جويلية، 2003، ص. 212.

" فالنظامان - أي الإتصال والسياسة- كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية، بشكل خاص أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي"¹.

ومن ذلك تبرز لعبة الاستحواذ على السلطة للاستحواذ على وسائل الإعلام والاتصال واضحة في هذه البلدان وذلك للدعاية وتجميل صورة النظام السياسي أمام الجمهور، ففي الدول العربية مثلاً تتجه السياسات الاتصالية كلها إلى دعم سلطة النظام القائمة وتوجهاته في المجالات المختلفة وخدمة مصالحه الحقيقية والمتصورة، على النحو الذي يخدم تماسك النظام وديمومته، مما نجم عنه أن اصطبغ مضمون الاتصال في معظم أشكاله في بعض الأقطار بالصبغة الدعائية المباشرة، التي تعزز مصالح النظام وأهدافه، وتعزز المصالح القطرية، وتغرس الولاء لها في عقول الجماهير.

فالجائر في عهد الأحادية الحزبية لم تعرف الإتصال السياسي بسبب غياب تبادل المعلومات بين الحاكم والمحكوم بل شهدت إعلام سلطة ذو اتجاه واحد من الحاكم إلى المحكوم وأغلب الرسائل السياسية كانت عبارة عن قرارات وتوجيهات من القمة إلى القاعدة، بحكم أن الظروف تتطلب وحدة الشعب حول الفكر الاشتراكي لبناء ما دمره الاستعمار.

فالمواطن الجزائري خلال هذه الفترة كان مجرد متلقي سلبي للرسائل السياسية المصاغة من قبل السلطة الحاكمة ممثلة في حزب جبهة التحرير .

هذا الوضع أدى إلى فجوة بين الحاكم والمحكوم فالشعب لم يستطع التعبير عن رأيه بشكل ديمقراطي من خلال تكتله ضمن تشكيلات سياسية وهو الشأن الذي ساهم في تفجير أحداث أكتوبر 1988.

وبالعكس نجد أن وسائل الإعلام والاتصال في الدول الديمقراطية هي التي تمارس ضغطاً على النظام السياسي وخاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون الداخلية لهذه الدول، أما عندما تغطي هذه الوسائل المواضيع المتعلقة بالسياسات الخارجية خاصة علاقة الغرب بالقضية الفلسطينية أو بعلاقتها بالدول الإسلامية فإن هذه الأنظمة تمارس رقابة على وسائل الاتصال من حيث المضمون وحجمه، بكونه سلاحاً في يد صانع السياسة الخارجية لهذه الدول.

ولذلك تؤكد عواطف عبد الرحمان على أن هناك شبه إجماع بين أساتذة الإعلام باختلاف توجهاتهم على أنه ليس هناك إيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الإعلام بل هناك إيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، وتحدد موقف الدولة من الإعلام وأدواره ووظائفه التي

¹- كمال الدين جعفر عباس، مرجع سابق، ص. 41. يتصرف.

تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة لتحقيق التوازن ودعم وحماية قيم ومصالح وأهداف القوة الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإنتاج الأساس في المجتمع¹.

ومن كل ما سبق يمكننا أن نستنتج أن العلاقة بين التواصل والسياسة وثيقة ومتداخلة جداً، إلى درجة لا يمكن أن نعزل فيها العملية السياسية عن الأنشطة الاتصالية المختلفة المشارب اللازمة لقيامها. ويتضح التأثير على مستويين:

جماعي: من خلال التكامل السياسي أو التفكك الاجتماعي.

- فردي: وخاصة ما اتصل بالقيم والسلوك والاقتناع أو التعبئة.

د. أنواع الإتصال السياسي

تعددت تقسيمات الإتصال السياسي حسب مجموعة من المحددات من بينها عدد المساهمين في عملية التواصل هذه، وحسب مستوى انتقال الخطاب، ونوعية القنوات، وهي نفس تقسيمات الإتصال بصفة عامة، وهذا التقسيم هو في الحقيقة تقسيم للدراسة الإجرائية فقط، فالإتصال أقوى وأصعب وأعد من أن يتم تفكيكه بشكل مبسط:

أنواع التواصل السياسي حسب عدد المشاركين:

يمكن تقسيم هذا النوع من الإتصال إلى أربع أنواع أخرى فرعية هي:

التواصل الذاتي (La communication intrapersonnelle)

وهو أدنى مستويات التواصل، إذ يقصد بها تواصل الفرد مع نفسه؛ أو يسمى بالمونولوج وفي مجال السياسة يتيح هذا التواصل للفرد إمكانيات اتخاذ قراراته السياسية، كالتصويت مثلاً بناء على المعلومات والأحاسيس والتأثيرات التي يتلقاها من الخارج، وعلى مدى تأثيره بالزخم الإدراكي والتجارب السابقة عن الأشخاص والرموز والأحداث والأفكار من حوله².

التواصل الشخصي (La communication interpersonnelle)

يتيح هذا النوع من التواصل إمكانية التواصل والتفاعل بين شخصين، أحدهما مرسل والآخر مستقبل.

التواصل الجماعي (La communication Groupale)

وهو الإتصال الذي يتميز بالتفاعل بين فاعلية وارتفاع درجة الوعي والتأثير والتأثر، ومن نماذج في المجال السياسي: تواصل المرشحين السياسيين مع الدوائر الانتخابية وخطب أدولف هتلر الدعائية الشهيرة أمام الحشود، يقول عبد العزيز آل سعود بخصوص هذا التواصل:

¹ - عواطف عبد الرحمان، الصحافة المصرية المعاصرة، أعمال المؤتمر السنوي الأول للبحوث السياسية، مكتبة النهضة المصرية، ط1، القاهرة، 1988، ص. 525. بتصرف.

² - عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق، ص. 47.

" يمتلك هذا النوع من الاتصال بعض خصائص الاتصال المواجهي بقلة عدد المتلقين للرسالة، فقد يكون شخصا واحدا، وتكون الرسالة ذات طابع خاص، والمشاركون فيها عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبطة باتصال شخصي، وهذا الاتصال قد يكون محكم البناء"¹.

- التواصل الجماهيري (La communication de masse)

وهو الإتصال الذي يتم عبر قنوات وسائل الإعلام وشبكات الانترنت، وتكمن قوته في قدرته على إيصال الرسائل والخطابات في آن واحد لجمهور واسع، غير معروف، مشتت ومتباين، ورغم ما يمكن أن يبدو وكأن هذا الإتصال هو اتصال خطي في اتجاه واحد حيث تنعدم التغذية الراجعة (feedback) فإن التطور التكنولوجي ألزم على هذه الوسائل تعديل طرقها في توصيل الرسائل حيث برز ما يسمى بالاتصال التفاعلي (la communication interactive)، وذلك ضمنا لمشاركة أكثر وتأثير أقوى ويمثل هذا النوع من الإتصال من الأهم بالنسبة للسياسي لأنه:

" أصبح بمقدور السياسيين استخدام وسائل الإعلام الجماهيري في إدارة الحملات الانتخابية والوصول مباشرة إلى الجمهور المستهدف"²

هذا بالإضافة إلى قدرتها على نشر المعلومات والأخبار والأحداث السياسية زمن وقوعها، غير أنه يجب أن نقر بأن الإتصال الجماهيري لا يمكن أن يكون بديلا عن باقي أنواع الأخرى الإتصال الأخرى. من خلال ما تقدم يمكن القول أن هنالك عدة معايير تقسيم أنواع الإتصال السياسي، وقد تم التركيز على معيار عدد المشتركين لأنه الأقرب للبحث.

عرفت الجزائر هذا النوع من الإتصال خلال مرحلة الأحادية الحزبية، حيث كانت وسائل الإعلام الثقيلة (التلفزيون و الإذاعة) تبث مضامين السلطة، وبقيت نفس الوضعية خلال عهد التعددية الحزبية حيث تم فتح مجال الصحافة المكتوبة وبقية الصحافة السمعية البصرية محتكرة من طرف السلطة وهو الشأن الذي حول فتح مجال السمعي البصري يعد مطلب جماهيري تم التطرق إليه من طرف رئيس الجمهورية في خطابه الموجهة للشعب في أفريل 2011 مشيرا إلى ضرورة تعديل قانون الإعلام. وفي هذا الإطار ن سجل أنه بمجرد إقرار التعددية الحزبية مع صدور دستور 1988 باشرت أغلبية الأحزاب في إنشاء صحف خاصة من أجل توضيح سياسة الحزب و أهدافه وكذا نشر أفكاره ، وهي تصنف ضمن صحافة الرأي .

إن الأحزاب السياسية في الجزائر استعانت بالصحافة المكتوبة باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية فمثلا حزب جبهة التحرير أسس في 24 فيفري 1989 يومية صوت الأحرار وأسبوعية المجاهد التي تحولت فيما بعد إلى يومية و كذلك نجد أن حزب العمال أنشأ يومية "المنبر العمال" وهنالك أمثلة أخرى

¹ عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق، ص. 52.

² نفس المرجع ، ص. 55.

غير أن العراقيل المالية والإدارية جعلت الكثير من الأحزاب تقرر غلق هذه المؤسسات الإعلامية وتركز إذا في اتصالها السياسي على الإتصال السياسي الجمعي .

وفي نهاية التسعينات من القرن الماضي باشرت بعض الأحزاب في إنشاء مواقع إلكترونية حزبية للترويج لأفكارها وبالتالي تجاوز عدة عراقيل أهمها تدخل السلطة في الرسالة الإعلامية (عملية المقص) ومشكل التكاليف المالية بالإضافة إلى الاستفادة من مزايا الإتصال عبر هذه الوسيلة.

و. وظائف الإتصال السياسي

الإتصال السياسي خطاب يتغير في البنية والسيرورة، مع تغير المؤسسة أو الأشخاص الفعليين أو الرمزيين الذي يساندهم أو يعارضهم، وتبعاً لذلك تتنوع وظائفه التي حددتها غريبر في:

و-1 نشر المعلومات (Information dissemination)

هي وظيفة من خلالها يعبر الفاعل السياسي عن طبيعة وخصائص الخطاب الذي يريد تمريره، وقد يشير إلى ذلك بشكل مباشر أو ضمني، وعلى المتلقي في هذه الحالة أن يحاول التوصل إلى المقاصد وقراءة ما بين السطور¹.

فالحزب السياسي يعد من بين أهم الفواعل السياسية الذي يحتاج إلى نشر أفكاره ومنهجه الذي يراه مناسب لتسيير الشؤون العامة ويتم ذلك من خلال نشر مختلف المعلومات عن نشاطه و آرائه تجاه القضايا الوطنية والدولية من خلال استغلال جميع قنوات الإتصال السياسي المتاحة ليكون قريب من المواطن.

و-2 ترتيب الأولويات (Setting- agenda)

وهي قدرة الفاعل السياسي على تميز الاهتمام الشعبي بالقضايا والتأثير فيما يفكر فيه الناس بطريقتين:

- إما أن يضيف الأهمية للشيء عن طريق الاهتمام بهذا الموضوع أو الشخص كثيراً .
- وإما أن يتحكم في عملية انتشار المعلومات.

ومن العبارات التي يوظفها السياسيون في هذا الإطار قوله: دعوا السفينة تجري، القافلة تسير والكلاب تنبح، نحن نراهن على التغيير، وضع النقاط على الحروف وغيرها، وهي عبارات تدرج عموماً في إطار ما يسمى بلغة الخشب حيث لا معلومة تفيد ولا موقف يسجل ولا فعل إجرائي يوضح.²

1- عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق ، ص. 57.

2- نفس المرجع ، ص. 59

من خلال هذه الوظيفة تبرز قدرة الحزب السياسي الذي باعتباره كما سبق ذكره أهم فاعل سياسي في ترتيب أولويات جمهوره المستهدف من خلال تسليط الضوء على مواضيع دون أخرى ومحاولة إقناعهم بأن رأي الحزب في تلك القضية صائب.

و-3 التفسير والربط (Linkage and interpretation)

وذلك عندما يجذب السياسي الشعب في قضايا معينة ويفسرها ويربطها في وصلات إشهارية لتثييد بما سيفعل، ومن أوجهها توظيف النصوص الدينية أو الأقوال المأثورة أو الأحداث التاريخية لتبرير أفعال ومبادرات سياسية.

هذه الوظيفة تستغل بشكل ملحوظ على مستوى الحزب السياسي، لأنه يريد الترويج لأفكاره و آرائه من خلال توظيف النصوص الدينية وهو ما يلاحظ في الخطاب السياسي الذي تمرره الأحزاب السياسية في الجزائر التي تنطوي ضمن التيار الإسلامي، فعادة ما ستخدم الأمناء العامون للأحزاب آيات القرآن الكريم و السيرة النبوية الشريفة في حواراتهم و تجمعاتهم الشعبية.

و-4 العمل التعويضي (Action stimulation)

تتميز هذه الوظيفة بتعبئة المجتمع ودفعه إلى العمل والتغيير عن طريق المناشدات والكلمات المؤثرة التي تعتمد على توظيف الأحاسيس والانفعالات والمقدسات، كما يمكن أن نتحدث أيضا في هذا الإطار عن الوعود السياسية، والإشاعات والإشهار السياسي الكاذب، ففي بعض الأحيان: " تنوب الكلمات عن الأفعال كأن يشجب السياسي أو يمدح، أو يعد بالمساعدة، أو يهدد بالانتقام ... وتقوم الكلمات مقام الأفعال عندما توصل إشباعا رمزيا إلى الجمهور"¹.

أما عبد العزيز آل سعود فيميز بين تسع وظائف للتواصل السياسي حددها في²:

-التنشئة السياسية.

-التسويق السياسي.

-التأثير في اتجاهات الرأي العام.

-الرقابة على الحكومة.

-المساعدة في صنع القرارات.

-دعم مشروعية النظام السياسي.

-تأكيد الشعور بالهوية الوطنية.

-إدارة الصراعات السياسية.

غير أننا نعتقد بأن بعض الوظائف التي حددها تتجاوز حدود السلطة مجال التواصل السياسي كفعل الرقابة على الحكومة وإدارة الصراعات السياسية والمساعدة في صنع القرارات لارتباطها بدوائر الفعل

¹ - أحمد بن راشد بن سعيد، مرجع سابق، ص.221.

² - عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق، ص. ص. 65- 85.

السياسي الإجرائية، كما ذكر وظائف مرتبطة أساسا بمؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة والأسرة، في حين يبدو أن التسويق السياسي- كما سوف نتعرف لاحقا- كتقنية أو توجه جديد داخل سيروية التواصل السياسي الذي يعتبر محتضنه الشرعي. هذا الخلط في الوظائف يستدعي الحديث عن خصائص خطاب التواصل السياسي، وما الذي يجعله متميزا عن باقي الخطابات، وهذا ما سنتطرق له في العنصر الموالي.

ه. مقاربات لدراسة الإتصال السياسي

يجب التأكيد على أن المقاربات التي حاولت دراسة الإتصال السياسي تنوعت بتنوع حقوله وسيرويته التاريخية وتطور وسائل الإعلام والتواصل من تقليدية بدائية إلى عصر الرقمية والتواصل التفاعلي.

1. المقاربة السيرنيتكية (L'approche cybernétique)

تنبني هذه المقاربة على أسئلة لاسويل التي وضعها سنة 1948 (من يقول؟ لمن؟ بأي قناة؟ وبأي أثر؟)، وقد طورها فيما بعد شانون وويفر عندما حددا عناصر التواصل في: المرسل والرسالة والمتلقي والشفرة والقناة والسياق.

واقترح علماء السياسة السلوكيون النظر إلى التواصل السياسي من منظور كونه إحدى السيرورات الواقعة ما بين القائد ومكونات المجموعة، التي من خلالها تتحرك المؤثرات السياسية لتكون متبادلة أو منقولة فيما بين المؤسسات الحكومية والسلوك الانتخابي للمواطنين، الحقيقة أن هذه المقاربة التجريبية تم توظيفها في: " دراسة الدعاية والاستشارة الانتخابية وأثار التواصل الجماهيري والعلاقات مع الصحافة والرأي العام والسلطات العمومية"¹، إضافة إلى مجال التسويق والإشهار السياسي.

2. المقاربة البنوية- الوظيفية (L'approche structuro-fonctionnaliste)

يصبح الحكومة مثلا في هذه المقاربة شبكة وجماعات الضغط وسيروية تواصل، والأحزاب السياسية أنساقا وعواملا، فالمجتمع إذن هو سيروية من التفاعلات التي تتم بين مكوناته. كما تركز هذه المقاربة على الدراسة العلائقية بين المؤسسات ووسائل الإعلام والتواصل، مما يمكن من الإقلاع الديمقراطي في حالة إدماج فاعل وفعال للجمهور في شبكة التواصل هذه.

3. المقاربة التفاعلية (L'approche interactionniste)

يرى إسطون بأن التواصل ما هو إلا شكل من أشكال التفاعل يبرز معه تياران: تيار البعد الرمزي للتواصل السياسي، وتيار البعد التداولي له... والإتصال فعل استراتيجي، فخارج الأدلة والرسائل والشفرات التي تستعمل، والتي تكون البعد الرمزي، وخارج القنوات والشبكات التي تكشف البعد البنوي

¹ - عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق، ص. 107.

يجب النظر إلى التواصل عبر البعد التداولي وهذا البعد هو الذي يجعل من التواصل السياسي: خطابا ومعلومة وإشهارا وتسويقا وإشاعة في نفس الوقت.

4. المقاربة الحوارية (L'approche dialogique)

يرى جيل أشاش أن هذه المقاربة هي التي تطرح نفسها أمامنا سواء تعلق الأمر بقدّمها وارتباطها بعصر الأنوار، أو لأنها الأحق بدراسة الإتصال السياسي من حيث ما يتيح هذا التواصل من تبادل وحوار وعقلانية، ويحدد شروط الفعل التواصلّي السياسي في ثلاثة عناصر: أفراد عقلانيون، وأحرار، ومتساوون¹.

كما نستحضر في هذه المقاربة حضور الفضاء العمومي الذي يتهيكّل وفق: " تلفظ بين مواطنين لهم الحرية في المشاركة في الشأن العام بالخطاب، مصدر قرارات بعد نقاش بحجج، ويتّصف بصفتين أساسيتين: " التجانس والديمومة"².

أما في وسائل الإعلام والتواصل فإن حضور الخطاب السياسي هو: " أقوى من حضور الصورة فالنسبة للتقاليد العقلاني يبقى التعبير هو النموذج الحواريّ، فالصورة دائما متهمّة لأن لديها معنى أقل من قوتها، والصورة ليست حوارية.

من خلال عرض هذه المقاربات المتعلقة بدراسة الإتصال السياسي ، يتّبين أن البحث في هذا الموضوع يرتبط بشكل مباشر بطبيعة وسائل الإتصال المتاحة في كل فترة زمنية وبالسياقات السياسية التي يمارس فيها هذا الإتصال.

وفي سياق ،ثورة تكنولوجيا وسائل الإتصال وظهور الإنترنت الذي جعل عملية الإتصال تتم بشكل مباشر بين الأمين العام للحزب و المناضلين من خلال المنتديات و النقاشات التي تطرح عبر مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك ،تبرز أهمية دراسة هذا النوع من الإتصال بالاعتماد على المقاربة الحوارية .

فالإنترنت يمنح فرصة ثمينة للأحزاب السياسية من ممارسة اتصال سياسي فعال من خلال الخدمات التي يوفرها و بتالي تجاوز العراقيل السياسية و المالية ، فهذه الوسيلة الاتصالية تسمح لحزب صغير ومهمش من طرف السلطة الحاكمة أن يحقق تواجد افتراضي فعال يكون كأرضية صلبة تسمح له من تحقيق تواجد فعلي في الواقع .

وفي الجزائر يوجد عدد معتبر من الأحزاب الصغيرة التي تملك مقاعد محدودة جدا في البرلمان وتشتكي عادة من التفوق الإعلامي للأحزاب الكبيرة، التي تغطّي نشاطاتها الإعلامية من مختلف وسائل الإعلام ، بل هنالك بعض الأحزاب المعروفة تشتكي هي الآخر من ضعف التغطية الإعلامية لنشاطاتها مقارنة بالأحزاب الأخرى.

¹ - Gilles Achache, *Le marketing politique*, Revue Hermès, n° 4, P. 104. 2004.

² Ibid, p. 106.

أمام هذه الوضعية يثار تساؤل مهم يتمحور حول مدى استفادة هذه الأحزاب - بشكل خاص- من خدمات الإنترنت لتجاوز هذه الشكاوي، وهذا التساؤل يشكل محور مركزي في هذه الدراسة .
وعليه فإن الإتصال السياسي يعد ركن أساسي لضمان استمرار أهم فاعل سياسي وهو الحزب السياسي، الذي يسعى إلى استغلال مختلف وسائل الإتصال المتوفرة .
و الإنترنت تعد أحدث وسيلة اتصال انجذبت إليها الأحزاب السياسية في العالم لممارسة اتصالها السياسي، فما هو سر هذا الانجذاب ومن هي الأحزاب السياسية التي تفتنت لهذه الوسيلة وحققَت من خلالها انتصار سياسي ؟

الإجابة على هذه الأسئلة ستشكل المحاور الكبرى للفصل الأول من هذه الدراسة و المعنون بـ "الإنترنت فضاء جديد لممارسة الإتصال السياسي".

أحدث ظهور الانترنت تحولات عميقة في طبيعة الإتصال بين الأفراد، نتيجة اختراق حاجز الزمان والمكان كما أن تزايد مستخدمي الانترنت في العالم ، اهتم الباحثون في مختلف التخصصات العلمية بدراسة هذه التأثيرات ، ومنها التأثيرات السياسية لشبكة الأنترنت نتيجة تحول هذه الوسيلة الاتصالية إلى فضاء جديد لممارسة الإتصال السياسي .

في هذا الإطار يعالج الفصل الأول من البحث أهم الأدوات المستخدمة في الإتصال السياسي عبر الإنترنت كمرحلة أولى ثم محاولة فهم التأثير السياسي لهذه الأدوات الاتصالية الجديدة على الأفراد و النظام السياسي و الأحزاب ثم عرض بعض النماذج الناجحة التي استخدمت الإنترنت كالنموذج الأمريكي (حملة باراك أوباما 2008).

الفصل الأول

الإنترنت فضاء جديد لممارسة الإتصال السياسي

المبحث الأول: ماهية الإنترنت كوسيط اتصالي

تعريف الإنترنت (Internet) :

هو اختصار لكلمتين هما International ومعناها: "العالمية"، و Network ومعناها: "الشبكة"، أي الشبكة العالمية، ويُطلق على أهم خدماتها الويب أي الشبكة العنكبوتية وهي ترجمة من الانجليزية للكلمات: "world wide web". وتختصر بكلمة الويب (The web) أو (www). والويب هو جزء من الإنترنت وأحد خدماتها ولكن يُطلق على الإنترنت من باب إطلاق اسم الجزء الأهم (الويب The web) على الكل وهو الإنترنت.

وعرف الإنترنت على أنه " شبكة تقوم على ربط عدة شبكات معلوماتية فيما بينها لتسمح للمستخدمين فيها في كل أنحاء العالم بالتحاور فيما بينهم، وتبادل المعلومات بين بعضهم البعض، وهي بذلك تمكنهم من النفاذ إلى مختلف بنوك المعلومات العالمية وتعتبر أحدث وسيلة اتصال تختزل الوقت والمسافات، وتساهم في رفع مختلف الحواجز التي تحول دون المرور الحر للمعلومات، إرسال واستقبالاً سواء على مستوى الأفراد أم المؤسسات أم الهيئات"¹.

إذا الإنترنت عبارة عن وسيط اتصالي يجمع عدد لا متناهي من الأفراد وهو إفراز لتكنولوجيا الإعلام والاتصال يعمل على توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال إتاحة الفرصة لبناء علاقات اجتماعية جديدة باستمرار من خلال مختلف الأدوات الاتصالية التي يوفرها.

المطلب الأول : مفهوم الإنترنت كوسيط إتصالي:

يقصد بمفهوم الإنترنت كوسيط اتصالي بأنه وسيلة اتصال و تكنولوجيا وسطية هدفها التواصل وتحسين العلاقات الاجتماعية في بعض الحالات -وليس جميع الحالات- وهي الفضاء الذي تنشأ فيه علاقات جديدة وحسب الباحث والرز:

" فإن الإنترنت أوجد شكلاً جديداً من العلاقات تنشأ بين الأفراد تتخطى الحدود المكانية

و الزمانية وتسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي من خلال استخدام الرسائل المكتوبة

بين شخصين أو أكثر حيث تصبح الكلمة المكتوبة هي أسس التواصل بينهم"²

في حين يرى الأستاذ وليم جيبسون أن الإنترنت كوسيط اتصالي يطلق عليه أيضاً مصطلح Cyber Space و الذي يشير إلى القدرة الفائقة للفرد على الانضمام إلى جماعات نقاشية متعددة مثل المؤتمرات

¹ - محمود إبراهيم، المبرق، قاموس موسوعي للإعلام و الإتصال (فرنسي عربي)، الجزائر، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2004، ص. 375

2-Lesley Lawrence, These are the Voyages Interactions in, Leisure Studies, Vol ;

22 ,Oct,2003 ,P. 307.sur le lien :

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96351&eid=501>

التي تتم عن بعد و الجماعات الإخبارية و الجماعات المساعدة وهو التعريف الذي يقترب إلى التعريف المقدم من طرف الباحث باكسجنيل²⁰⁰² الذي يرى أن - "الإنترنت كوسيط إتصالي- يعني المكان الذي يتشارك فيه الأفراد في الآراء و المعارف و التوقعات و يتبادلون فيه وجهات النظر المختلفة و يعبرون فيه عن أنفسهم دون خوف"¹.

و يرى Netiquette أنه "التعامل مع الأفراد عبر الإنترنت لا بد أن يكون محكوم بقواعد الإتيكيت تماما مثل الإتصال الشخصي و لا ينبغي غياب التواجد المادي للفرد أن نتخلى عن تلك القواعد "².
التعريفات المقدمة تتفق على أن الإنترنت كوسيط اتصالي لم يتجاوز حدود المكان و الزمان فقط بل أصبح فضاء عمومي افتراضي وساحة جديدة لتبادل الآراء و الأفكار بدون رقابة .

المطلب الثاني: أشكال الإتصال بعد ظهور الإنترنت:

أدى ظهور الإنترنت إلى تجاوز الأشكال التقليدية للاتصال ، الأمر الذي دفع الكثير من الباحثين إلى دراستها مع التركيز على ما لها من تأثيرات فالدكتورة علياء سامي قسمت أنماط الإتصال عبر الإنترنت حسب معايير محددة هي:

- التقسيم حسب عدد الأفراد الذين يتم الإتصال بينهم عبر الإنترنت
- التقسيم حسب المعرفة المسبقة بين الأفراد الذين يتواصلون عبر الإنترنت
- التقسيم حسب التزامن و الآنية بالنسبة لرجع الصدى³

التقسيم حسب عدد الأفراد الذين يتم الإتصال بينهم عبر الإنترنت:

1- الإتصال من فرد إلى فرد :

وهو النمط الذي يستخدم فيه فرد واحد الإنترنت كوسيط اتصالي بفرد آخر من خلال الدردشة أو البريد الإلكتروني.

¹Lesley Lawrence ,op .cit ,P. 312

² - Ibid ,P. 314

³ - علياء سامي عبد الفتاح، الإنترنت و الشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، مصر: دار العالم العربي، 2011، ص.26.

2- الإتصال من فرد لمجموعة أفراد:

وهو الإتصال الذي يتم ما بين فرد ومجموعة من الأفراد في نفس الوقت، وقد يكون الفرد على معرفة مسبقة بهم أو قد لا يعرفهم من قبل، ويتم الإتصال بينهم عن طريق البريد الإلكتروني، أو المحادثات الجماعية، أو الألعاب أو القوائم البريدية.¹

3 - الإتصال بين الجماعة:

وهو الإتصال الذي يتم بين مجموعة أفراد يعرفون بعضهم من قبل و لديهم سمات مشتركة تجمع بينهم، وقد تحول مشاغل الحياة عن التقائهم معا في مكان واحد في الواقع، فيلتقون معا في نفس الوقت عبر الأنترنت و يتواصلون معا من خلال أدوات الأنترنت المتنوعة .

الإتصال من أفراد لأفراد وهو نمط الإتصال الذي يتم بين أكثر من فرد، فعلى سبيل المثال حوار مجموعة من الطلاب في جامعة ما مع مجموعة من الطلاب في جامعة أخرى باستخدام الكاميرا والمايك ويساعد هذا النوع من الاتصالات في تبادل الحوارات و الآراء ووجهات النظر بين جميع الأجناس من مختلف الثقافات.

- التقسيم حسب المعرفة المسبقة بين الأفراد الذين يتواصلون عبر الأنترنت:

يؤكد كل من "شيرى" و "تيرك" 1995 أن هنالك ثلاثة أنماط من الأفراد الذين يمكن أن نتواصل معهم عبر الأنترنت:

- أفراد نعرفهم من قبل و نقابلهم عبر الإتصال الشخصي.

- أفراد لا نعرفهم من قبل و هنالك صعوبة في أن نقابلهم وجها لوجه.

- أفراد لا نعرفهم من قبل ويمكن أن نقابلهم وجها لوجه.

- التقسيم حسب التزامن و الحالية بالنسبة لرجع الصدى:

صنف الباحثون الإتصال عبر الأنترنت إلى نوعين حسب الفورية في رجع الصدى على النحو التالي:

1- اتصال متزامن :

وهو الإتصال عبر أدوات التواصل الاجتماعي التي توفرها الأنترنت و تحقق رجع الصدى فوراً كما يحدث في الإتصال الشخصي وجه لوجه، و تلك الأدوات هي مثلاً غرف الدردشة، الألعاب الجماعية

¹ - علياء سامي، مرجع سابق، ص. 28.

والمناقشات الجماعية... الخ، ومن مزايا هذا النوع من الاتصالات الحضور والتفاعل الاجتماعي الذي يجعله أقرب إلى الإتصال الشخصي.¹

2 - اتصال غير متزامن: ويتم عبر الأدوات الاتصالية عبر الأنترنت التي لا تحقق رجوع الصدى عاجلاً، إنما تحقق رجوع الصدى، ومن أشهر تلك الأدوات: البريد الإلكتروني و النشرات الإخبارية. يعيب على هذا الإتصال قلة التفاعل و الافتقار إلى الحضور العقلي مع الطرف الآخر في نفس وقت حدوث الحدث، حيث إن رد فعل الفرد في نفس اللحظة التي يتم فيها الإتصال تختلف عن د فعله بعد مدة من حدوثه، فقد يتلقى شخص ما رسالة عبر البريد الإلكتروني ولا يرد عليها إلا بعد أيام، و هذا يفقد العملية الاتصالية ديناميكيته.²

المطلب الثالث: أدوات الإتصال عبر الأنترنت :

تعددت أدوات الإتصال عبر الإنترنت و تداخلت هذه الأدوات من حيث التسمية و الوظيفة وهذه الأدوات الاتصالية هي عبارة عن خدمات الإنترنت المتمثلة في مختلف أنواع المواقع التي تعمل حسب برمجيات محددة.

وازداد الخلط بين تسمية هذه المواقع خاصة في الآونة الأخيرة التي شهدت الحراك الشعبي الذي ميز بعض المجتمعات العربية و أدى أغلبها إلى إسقاط أنظمة حكم ظلت تحكم لأكثر من نصف قرن ودور شبكة الإنترنت في كل هذا خاصة موقع فايس بوك، وهو ما يتطلب عرض تصنيفات هذه المواقع. وتنقسم المواقع الإلكترونية حسب وظيفتها -وهو المعيار المختار في الدراسة حيث توجد معايير أخرى لم نوردتها- إلى مواقع معلوماتية و أخرى خدمية.³

أولاً: المواقع المعلوماتية:

التصنيف الرئيسي الأول هي المواقع التي تقدم المعلومة والمعرفة، ولهذا التصنيف عدة أنواع منها:

1. المواقع التعريفية:

وهي مواقع تقدم تعريفاً عن شركة معينة أو مؤسسة ما أو أي جهة أو شخصية، يتكون الموقع عادة من عدد محدود من الصفحات كل صفحة تعرف الزائر عن جزئية معينة، صفحة تعرض المنتجات وصفحة تعرض العناوين وطرق التواصل وأخرى تعرض النشأة والبداية الخ.

¹ علياء سامي، مرجع سابق، ص. 33.

² علياء سامي، مرجع سابق، ص. 35.

³ أنواع المواقع الإلكترونية، موقع الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي الخاص: على الرابط <http://al-raeed.net/training/uploads/files/pdf2010-7/anwaa.pdf> بتاريخ 10_08_2011.

وأكثر ما يميز هذه المواقع هو عدم تحديث الصفحات إلا في فترات متباعدة، رغم أن هذا النوع من المواقع لا يقدم الكثير للزائر إلا أن له أهمية كبيرة للجهة صاحبة الموقع، فالموقع يعتبر كتيباً تعريفياً كاملاً يمكن إصاله لمن يريده في أي مكان في العالم دون تحمل عبء وعناء التوصيل.

وهو يوفر الكثير في الإعلانات الثابتة والمتحركة، حيث لا يستطيع أن يتكلم صاحب الموقع عن كل شيء في إعلان تلفزيوني مدته ثواني معدودة أو في صورة إعلانية في جريدة محدودة المساحة لكنه يمكن أن يضيف في آخر كل إعلان عبارة: (للمزيد من التفاصيل زر موقعنا التالي :.....) ليحيل كل مهمم إلا الموقع الذي سيجد فيه الكثير من المعلومات.

2. المواقع المعرفية المتخصصة

وهي مواقع تقدم المعلومة والمعرفة المتجددة لكن ضمن إطار متخصص، أو تقدم المعرفة المتعلقة بشخصية محددة، وهي مواقع تقدم محتوى مكتوباً أو مسموعاً أو مرئياً في إطار نفس التخصص.

3. المواقع الإخبارية:

وهي مواقع تقدم الخبر الصحفي فور وقوعه، وهي مواقع انتشرت في الوب العربي في الآونة الأخيرة بشكل كبير. والمحتوى فيها متجدد بشكل سريع ومعتمد على ما يستجد من أحداث وقائع. في الغالب؛ تكون المواقع الإخبارية متخصصة ضمن حدود جغرافية معينة، مثل المواقع الإخبارية المختصة بدولة أو مدينة أو نطاق جغرافي محدد مثلاً الموقع الإخباري لوكالة الأنباء الجزائرية.

4. المدونات:

مواقع يكتب فيها شخص واحد (في الغالب) أو عدة أشخاص يشتركون في الكتابة في تلك المدونة وهي عبارة عن برمجيات، انتشر هذا النوع من المواقع في الفترة الأخيرة وهو يتيح فرص الكتابة والتعبير والنشر في موقع خاص به بأبسط الوسائل وأقل التكاليف، حيث تقدم عدة مواقع كبيرة لخدمات التدوين المجاني الذي لا يكلف صاحب المدونة أي مبلغ .

5. المنتديات:

وهي مواقع تتيح للأعضاء المنتسبين لها المشاركة المتمثلة في كتابة المواضيع أو الرد على المواضيع التي يكتبها الآخرون.

ثانياً: المواقع الخدمية:

¹ - أنواع المواقع الالكترونية، مرجع سابق، ص. 2. بتصرف.

النوع الرئيسي الثاني من المواقع، هي مواقع تقدم خدمة معينة ولا تقدم المعلومة أو المعرفة، ويمكن تقسيم هذا التصنيف إلى هذه الأنواع الفرعية:

1. الشبكات الاجتماعية:

عبارة عن مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الوب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع، هي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه.

كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. أما أشهر تلك المواقع فهما : فيسبوك و تويتر.

2. مقدموا خدمات المشاركة:

مواقع تتيح للآخرين نشر ملفاتهم ومشاركة العالم المعرفة الموجودة في تلك الملفات، هذه المواقع إما تكون متخصصة في نوع معين من الملفات مثل موقع اليوتوب المتخصص في مشاركة مقاطع الفيديو أو فليكر المتخصص في مشاركة الصور، أو مواقع تتيح مشاركة الملفات بشكل عام فلا تشترط نوعاً محدداً من الملفات، مثل موقع shared4.

3. مقدموا الخدمات البرمجية:

هي مواقع تغنيك عن استخدام بعض البرامج وتتيح لك تأدية بعض المهام التي عادة ما تؤديها داخل حاسوبك باستخدام أحد البرامج، فتقوم باستخدام البرنامج الموجود في الموقع لأداء المهمة من غير تحميل أو تنصيب أي برنامج على جهازك.

من الأمثلة المشهورة لهذا النوع من المواقع التي تقدم خدمات تحرير الصور وتعديلها، وهناك العديد من المواقع الخدمية من هذا النوع لكن أغلبها تدور حول المهام غير المعقدة والتي لا تتطلب جهوداً حاسوبية كبيرة لتنفيذها.

4. مقدموا الخدمات السريعة:

وهي مواقع تؤدي مهام بسيطة لكنها مطلوبة، عادة ما تكون هذه المهام متعلقة بمواقع الكترونية أو شبكات اجتماعية أخرى.¹

ويتميز هذا النوع عن السابق بأن مهامه تكون عادة بسيطة وسريعة وفي نفس الوقت مطلوبة بكثرة بين مستخدمي الإنترنت.

¹ - أنواع المواقع الالكترونية، مرجع سابق، ص. 2. يتصرف

من أمثلة هذا النوع: مواقع خدمة تقصير الروابط (تقصير عناوين الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة يسهل إرسالها عبر موقع تويتر) أو مواقع تقدم خدمات لأصحاب المواقع الأخرى، وغيرها من المواقع المتخصصة في مجالات مفيدة.¹

المبحث الثاني: التأثير السياسي لأدوات الإتصال عبر الإنترنت

إن تقديم الخدمات و التسهيلات عبر شبكة الإنترنت ،أحدثت تأثيرات سياسية كبيرة مست الفرد النظام السياسي و المؤسسات الوسيطة وهي المسألة التي سأطرق إليها بالتفصيل على النحو التالي:

المطلب الأول: التأثير السياسي لأدوات الإتصال عبر الإنترنت على الفرد:

أثر ظهور الإنترنت على ممارسة السياسة من طرف الفرد ،بفضل إمكانيات التواصل التي سمحت بتبادل الآراء السياسية و تبادل الخبرات بعيدا عن رقابة السلطة الحاكمة فالمواطن الإلكتروني أو العالمي تمكن من :

- المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة و بدون وسيط فالحدث يشاهد بشكل مباشر.

- إمكانية المشاركة الشخصية فالانترنت يوفر القدرة على القيام بعمل فردي تطوعي حر غير خاضع لجهات معينة بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافا لوسائل الإتصال التقليدية التي تشكل وسيطا للتعبير عن أفكار الفرد.

- تقوية الصلة : حيث يمكن أن يقدم الانترنت العديد من الخدمات الأساسية الحكومية بشكل أسرع وأكثر صلة بالمواطنين والتي تعد من أسس العملية الديمقراطية، كما يؤدي إلى خفض تكلفة جمع المعلومات وزيادة إمكانية الوصول إلى المعلومات.

- تمكن الفرد من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله وذلك بالاستفادة من إمكانيات الهاتف المحمول وقدرته على التصوير والاتصال عبر الإنترنت و غيرها من الخدمات المختلفة.

- تسهيل عملية جمع المعلومات اللازمة لمحاسبة الحكومات ومساءلتها ونشر المواد الإعلامية التي تشكل أداة نقد للحكومات وسياساتها العامة، حيث يمكن استخدام ذلك بفعالية من قبل معارضي الحكومة والمواطنين.

¹ - أنواع المواقع الالكترونية، مرجع سابق، ص.3.

- يمنح الإنترنت فرصة التصويت الإلكتروني أو إجراء مشاورات بين كل من الناخبين وممثليهم، أو استطلاعات الرأي الإلكترونية أو تكوين المجموعات والتحالفات السياسية عبر الإنترنت.
- الإنترنت والنظام كوسيلة اتصال وإعلام جديدة لما تتمتع به من خصائص رخص التكلفة وسرعة انتشارها وسهولة الوصول إليها من قبل أي فرد يريد التأثير عليها بما أنتج كذلك نوعا من الصحافة الإلكترونية والمدونات وغيرها من أدوات الرأي والتعبير.¹

المطلب الثاني: التأثير السياسي لأدوات الإتصال عبر الإنترنت على النظام السياسي:

يعبر النظام السياسي عن تنظيم مجموعة من الفوائد التي تتصل بنظام الحكم في الدولة غايتها تنظيم السلطات العامة فيها وتحديد اختصاصاتها والعلاقة بينها، فالنظام السياسي لا يقتصر على ذلك فهو يضم في إطاره مجموعة واسعة من العناصر التي تدير السلطة في المجتمع. وعليه فالنظام السياسي بهذا الشكل هو أحد الأنظمة التي تسهم في بلورة أهداف المجتمع، ويتكون النظام السياسي من مجموعة من العناصر مثل القواعد السياسية والوعي السياسي والتنظيمات السياسية والعلاقات السياسية.²

ويظهر تأثير الإنترنت على النظام السياسي من توفيره لأدوات للتأثير على الرأي العام وما يتم توفيره من معلومات تدفع النظام السياسي إلى التغيير بما يتوافق مع هذه الضغوط بالإضافة إلى دور الإنترنت في التأثير على القيم المحلية التي تشكل وجهة النظر تجاه النظام السياسي.³ وفي مجال تأثير الإنترنت على النظم السياسية لا يمكن إغفال دور الإنترنت في الحراك الشعبي الذي شهدته بعض الدول العربية (تونس، مصر، ليبيا، اليمن، سوريا) في فترة كتابة البحث التي اتسمت بوجود حراك شعبي أدى إلى إسقاط أنظمة سياسية بقيت قرابة نصف قرن من الزمن ثم انهارت بسبب تداخل عدة عوامل حسب المحللين و أهمها تأثير الإنترنت خاصة خدمة المواقع الاجتماعية (الفيس بوك و تويتر) وفي هذا الإطار يرى الأستاذ محمد فايز فرحات:

"يوجد الانقسام بين أقلية تمتلك القدرة على النفاذ إلى الإنترنت، وأغلبية أخرى ما زالت تفتقد إلى هذه القدرة بما يزيد من احتمالات تعميق الأزمات الاجتماعية داخل المجتمع، خاصة أن النفاذ إلى الشبكة لا يعتمد فقط على الشروط

¹ - عادل عبد الصادق ، الديمقراطية الرقمية نمط جديد للممارسة السياسية، ص.1. على الرابط : <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96351&eid=5013>.

² - نفس المرجع، ص. 2، بتصرف.

³ - www.gw.utwente.nl/vandijk/research/e-government/e-government-plaatje/models-of-democracy.1.pdf

المادية (أجهزة الكمبيوتر...) ولكنه يعتمد أيضا على الظروف الاجتماعية، خاصة في ضوء ما انتهت إليه بعض الدراسات من أن نسبة مهمة ممن تتوافر لديهم القدرة على النفاذ إلى الإنترنت لا يستخدمونها لأسباب اجتماعية وسيكولوجية تتعلق بمدى قدرتهم على التفاعل معها¹.

بالإضافة إلى شكوك قوية حول مساحة الحرية الحقيقية المتاحة على الإنترنت، فرغم صعوبة السيطرة الحكومية على المواقع الإلكترونية بالمقارنة مع الكثير من الوسائل الإعلامية الأخرى، فإن هذا لم ينف تزايد قدرة واتجاه الحكومات إلى فرض المزيد من الضبط والسيطرة على المواقع الإلكترونية، سواء من خلال وضع القوانين والتشريعات المنظمة لعمل هذه المواقع، أو من خلال التوسع في استخدام آليات المراقبة والحجب والتدمير للمواقع الإلكترونية ذات المحتوى الذي لا يتوافق مع مصالح النخبة الحاكمة.

وقد ازدادت قدرة الحكومات على السيطرة الإلكترونية في ضوء التطور المتسارع لتكنولوجيات الضبط والسيطرة والفلترية والمراقبة، وتطور جدل مهم حول الحاجة إلى تنظيم وضبط الشبكة من خلال تطوير تشريعات قانونية محددة، جنبا إلى جنب مع الاستفادة من تكنولوجيات المراقبة. ورغم وجود اتجاه يدعو إلى رفض فكرة المراقبة والتنظيم تلك فإن الاتجاه المؤيد لها لقي رواجا ملحوظا عقب أحداث سبتمبر 2001 وامتداد الحرب ضد الإرهاب إلى ساحة شبكة الإنترنت ذاتها وتطور مفاهيم مثل الجهاد الإلكتروني والإرهاب الإلكتروني.. الخ.

ورغم أن معظم الحكومات العربية لم تنتقل بعد إلى وضع تشريعات مقيدة أو ضابطة لعمل المواقع الإلكترونية، فإنها راكمت خبرة مهمة في مجال المراقبة السياسية للمواقع الإلكترونية. ولا يقتصر الاتجاه إلى الاستخدام المكثف لتكنولوجيات المراقبة (الترشيح) على الحكومات فقط، فقد ذهب هذا الاتجاه إلى أن عملية الفلترية تلك ستتسع إلى مستوى الأفراد أنفسهم على ضوء كثافة المعلومات ذات المحتوى السياسي والتوجهات المتناقضة.

الأمر الذي يضطر الفرد ذاته إلى استخدام التكنولوجيات والبرامج المتاحة لفرز تلك المعلومات واستبعاد المعلومات والآراء التي لا تتوافق وميوله وتوجهاته السياسية والثقافية، واستقبال المعلومات التي تتوافق فقط وتلك التوجهات وتدعمها.

¹ - محمد فايز فرحات ، الإنترنت لم تعد فضاء سياسيا افتراضيا ، جريدة الأهرام المصرية ، 24 أبريل 2011 على الرابط:

<http://www.ahram.org.eg/Strategic-issues/News/74334.aspx>

ويترتب على عملية الضبط والفرز الذاتي تلك ظاهرتان مهمتان تتصلان بالتحول الديمقراطي والعمل السياسي الإنترنت، الأولى هي تزايد فرص عزلة مستخدم الإنترنت عن التيارات والاتجاهات السياسية الأخرى وعدم التعرض للأفكار الجديدة.

والثانية هي دعم فرص حدوث حالات الاستقطاب السياسي بين الجماعات السياسية داخل المجتمع وتراجع فرص تطور حالة من التوافق العام حول مختلف القيم الأساسية بما في ذلك قيمة الديمقراطية ذاتها.

أثارت الكثير من الدراسات أيضا الشكوك حول افتراض دعم الإنترنت لفرص مشاركة المواطن في عملية صناعة القرار السياسي ونشر فرص التأثير داخل المجتمع، استنادا إلى أن النظم الديمقراطية ذاتها لا تضمن للمواطن الفرد القدرة على التأثير في الأحداث السياسية وعملية صنع القرار من خلال الوسائل الإعلامية التقليدية.

وعليه لم يكن من المتوقع- وفق هذا الاتجاه- أن يترتب على اتساع نطاق الإنترنت تغيير جوهري في هذا الواقع، بل على العكس فإن هذا الانتشار وما يترتب عليه من تقليل الحواجز أمام عملية نشر المعلومات والآراء الفردية سيؤدي إلى المزيد من إضعاف قدرة الرأي الفردي على التأثير في عملية صناعة القرار بسبب حالة التزاحم الشديدة بين الآراء الفردية.

ومن ثم فقد تدعم الإنترنت حالة التفكيك داخل المجتمع بدلا من بناء التوافق العام، ورغم جاذبية الحجج والفرضيات التي طرحها أصحاب الاتجاه السابق، فقد جاءت موجة الثورات العربية التي اعتمدت على الإنترنت بشكل عام، وعلى المواقع التفاعلية (الفيس بوك وغيرها) بشكل خاص، لتضع دقة ومصداقية هذه الفرضيات أمام تحد كبير.

وبشكل عام فقد تجاهل هذا الاتجاه النظر إلى الإنترنت باعتبارها "عملية process" جديدة ذات سمات خاصة لا بد أن تترك آثارها على مختلف الظواهر الاقتصادية والاجتماعية والسياسية داخل المجتمع، وأن هذه تعظم القدرات السياسية للفاعلين في مواجهة النظام السياسي في سياق عملية الصراع السياسي بين الطرفين.

ويمكن في هذا الإطار طرح عدد من التفسيرات التي حولت الإنترنت ليس فقط إلى ساحة للعمل السياسي ولكن أيضا إلى أداة فاعلة في إدارة هذا الصراع وقد استطاعت الكثير من القوى السياسية في الدول العربية بالفعل استخدام الإنترنت كساحة بديلة للعمل السياسي من خلال تشكيل المنتديات والجماعات السياسية الافتراضية، والتغلب على القيود السياسية والقانونية المفروضة على حريات

¹ محمد فايز فرحات ، مرجع سابق ، ص.3.

التنظيم السياسي، وتجاوز القيود المادية التي واجهت عمليات الاتصال والتنسيق للإنترنت ثلاث سمات أساسية هي الطبيعة التفاعلية، غياب السلطة المركزية وصعوبة السيطرة على المحتوى.. وكذلك اتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة للإنترنت وعدم التزامها بالحدود الجغرافية والسياسية وقد أدت هذه السمات إلى تحول مستخدم الإنترنت من مجرد متلق أو مستهلك مجهول للرسالة الإعلامية إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة وهو ما سبق ذكره ضمن التأثير السياسي لشبكة الإنترنت على الفرد، وتحول طبيعة الاتصال من مجرد اتصال "نخبوي- نخبوي" أو "اتصال نخبوي- جماهيري" أو "حوار أقلية- أغلبية" إلى اتصال "جماهيري- جماهيري" والحوار الإلكتروني إلى حوار ندي لا يعكس تفاوت القدرات السياسية والاقتصادية بين المتحاورين بقدر ما يعكس مدى توافق تناقض الرؤى والآراء المطروحة بشأن القضية موضوع الحوار.¹

وعلى العكس مما ذهب إليه الاتجاه السابق من ارتباط الإنترنت بظاهرة التفكيك والاستقطاب السياسي وغياب التوافق العام، فقد أدى انتشار النفاذ إلى الإنترنت داخل المجتمع وسيطرة نمط التفكير الشبكي إلى إضعاف توزيع السلطة والتحول من الدولة الهريرية إلى "المجتمع الشبكي". ورغم انتشار أنماط الاستخدام الترفيهي للإنترنت بالفعل في العالم العربي بالمقارنة بالدول الديمقراطية المتقدمة، فإن هذا ربما انسحب على المراحل الأولى لانتشار الإنترنت، وقد حدث على ما يبدو تحول واضح في أنماط استخدام الشبكة في العالم العربي خلال السنوات الأخيرة، في اتجاه ارتفاع معدلات استخدامها كوسيلة وكساحة للعمل السياسي، الأمر الذي يطعن في مقولة إن الإنترنت تمثل عالما سياسيا افتراضيا².

المطلب الثالث: التأثير السياسي لأدوات الإتصال عبر الإنترنت على المنظمات السياسية الوسيطة:
يظهر تأثير الإنترنت على المنظمات الوسيطة وهي تلك التي تتوسط العلاقة بين الحاكم والمحكومين مثل الأحزاب السياسية والمؤسسات التشريعية وجماعات المصالح التقليدية والصحافة، والتي كان لها دور في تمثيل مطالب المواطنين.

وجاء ظهور المجال العام الإلكتروني كأحد التأثيرات الهامة على النظام السياسي وخاصة تلك المنظمات الوسيطة ودورها الذي عملت الثورة التكنولوجية على تآكله، يشكل تهديدا للديمقراطية وفي ذات الوقت ظهور ديمقراطية جديدة ذات طابع الكتروني بما أثر على العملية السياسية برمتها³.

¹ - محمد فايز فرحات، مرجع سابق، ص. 4، بتصرف.

² - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص. 3، بتصرف.

³ - A.M. Chircu and R.J. Kauffman, *Strategies for Internet middlemen in the intermediation/disintermediation/reintermediation cycle*, Electronic Markets 9 (1/2) (1999), 109-117.

وأصبحت وسائل الإعلام الجديد لها دور في تشكيل أنماط معينة من السلوك الإنساني وتهميش أنماط أخرى من خلال لغة الصورة ورموزها.

و بموجب ذلك أدركت الدول المتقدمة أهمية الأدوار التي يمكن أن يقوم بها الإعلام كبديل لممارسة الديمقراطية خصوصا بعد أن احتلت وسائط الاتصال المساحة المخصصة لممارسة الفعل الديمقراطي إذ أصبحت هذه المساحة هي ذاتها المخصصة للإعلام، ولذلك لم يعد الإعلام يمثل السلطة الرابعة بل أصبح يشغل المجال بين الفعل السياسي والثقافي ورد الفعل الجماهيري.

يظهر دور الإنترنت في التأثير على دور المؤسسات الوسيطة التقليدية و قدمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات نفسها تدريجيا كآليات ومحاولة في ذات الوقت لتقوية وظائف المنظمات الوسيطة أو لإعادة تنشيط دورها على الأقل في الحياة العامة كإدخال آلية التصويت الإلكتروني في البرلمان أو توفير معلومات بسرعة للنواب بما يؤثر على أدايمهم أو دعم حملاتهم الانتخابية.

وفي المقابل قدم الإنترنت تشجيعا لظهور مؤسسات وسيطة جديدة ومتعددة والتي من ضمنها مواقع الإنترنت التي تقدم معلومات للناخب ومنتديات النقاش العام وتشكيل أرضية لتعبئة الرأي العام خلف قضايا محددة.

وتعمل الإنترنت على زيادة المنافسة بين المنظمات الوسيطة التقليدية والأخرى غير التقليدية في عملية دعم الديمقراطية ومسيرتها، وأظهرت أنماطا جديدة من الديمقراطية وأساليب جديدة من ممارسة المواطنة.

كما أن لهذه التكنولوجيا أثر ايجابي على توجهات المواطنين إزاء عملية صنع القرار وعلى الاهتمام بالشأن العام وأوجدت مصادر مختلفة للشرعية السياسية ودورا جديدا للناخبين عبر آليات جديدة واتساع مجال الفضاء العمومي الذي أصبح يمارس بشكل افتراضي ولكن له آثار ملموسة مثلا دور المواقع الاجتماعية في أحداث ما عرف بالربيع العربي.

و أضحت عملية صنع القرار منتشرة ضمن المجتمعات التي تتوفر فيها الإنترنت أو ترتبط بمستويات أفقية جماهيرية أو مستويات عدة من الحكومة، أو المنظمات شبه الخاصة ومنظمات المجتمع المدني مما أدى إلى بروز شكل جديد من أشكال الحكم يشارك فيه فاعلون كثر من أجل تحقيق غاية أو هدف معين والذي يتم تحقيقه بالتوافق بين الأهداف المختلفة للمواطنين ليتم صياغتها للتأثير على

صانعي القرار، وظهور هذه الأشكال الجديدة من الحكم 'الدولة ما بعد البرلمان'1، والتي كان يمثل فيها البرلمان عنصرا مركزيا.

و العملية الديمقراطية يتم تداولها داخل قنوات وشبكات تكنولوجية تعبر عن مطالب المجتمع، وهذا ما يجعل هناك ممارسة مختلفة للسياسة عن طريق دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دفع العلاقة والتفاعل البناء ما بين المواطنين وأجهزة الحكم.

و كلما كانت المجتمعات أكثر شبكية كلما كانت أكثر التصاقا بقضايا المواطنين وتعبيرا عن مصالحهم وذلك بالاختلاف مع الممارسة السياسية التقليدية التي كانت تعتمد على المؤسسات الوسيطة فقط.2.

وتتيح تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الخيارات المتعددة لتمثيل المصالح والمشاركة من قبل من يدافع عنها بسهولة بما يعمل على جذب الجمهور والمهتمين بالشأن العام، ويدفع إلى دعم المواطن 'البراجماتي' الذي يتحرك لحماية لمصالحه الخاصة حيث يقوم بالمشاركة في التوقعات الالكترونية ويرتبط بالحركات الاجتماعية وينشئ المدونات ويستخدم المجموعات البريدية وتبادل الآراء في المنتديات.

وتلعب المعلومات ودرجة توافرها في دعم وظيفة المؤسسات الوسيطة وذلك عن طريق دعم وإنشاء قاعدة معلومات والعمل على اتساع وتمدد جمهور المستخدمين والقدرة على بناء قنوات اتصال متعددة ووفرة مواقع الانترنت من خلال ما تتيحه من نقاش عام حول القضايا السياسية.

ويتم توظيف مواقع الانترنت استراتيجيا من خلال تجاوز الحدود وفتح مجال عام مفتوح للحوار داخل البيئة السياسية والتنظيمية، وكذلك القيام بوظيفة تنسيق من خلال وضع شروط وأسس للنقاش كمسألة التمثيل للمصالح المختلفة، وهناك وظيفة عملية أخرى للانترنت متمثلة في إدارة النقاش العام وتفعيل الأنشطة السياسية.

ويشهد الفضاء الالكتروني عملية اندماج المؤسسات الوسيطة التقليدية مع الجديدة حيث الانتقال من الطابع المادي إلى الافتراضي وأصبح هناك منظمات افتراضية تعمل على تشجيع التفاعل مباشرة من

¹ -S. Coleman, J. Taylor and W. van de Donk,, Parliament in the Age of the Internet, Oxford University Press, 1999.

² -U. Josefsson and A. Ranerup, Consumerism revisited: the emergent roles of new electronic intermediaries between citizens and the public sector, Information Polity 8 (2003), 176-180.



خلال الفضاء الإلكتروني وذلك بالتوافق مع أنظمة البرمجيات التي تتواءم مع وظائفهم بدون تدخل بشري كأنظمة التصويت الإلكترونية.

المبحث الثالث: نماذج توظيف الأحزاب السياسية لإنترنت

إن مزايا الإتصال عبر الإنترنت التي تمكنت من تجاوز حاجز الزمن و المكان، جعلت الأشخاص في المعمورة يستخدمونها بشكل مكثف مما جلب اهتمام العديد من الباحثين نظرا للتأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام، فالدارسون مثلا في المجال السياسي اهتموا بالتأثير السياسي للإنترنت من خلال البحث في تحول هذه الوسيلة الاتصالية إلى ميدان للممارسة السياسية خاصة و أن السياسيون يلجأون إلى استخدام الإنترنت.

فالأحزاب السياسية توظف الإنترنت في اتصالها مع الناخبين خاصة أثناء الحملات الانتخابية بشكل متزايد، لاسيما بعدما أظهرت حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2008 مدى قوة خدمات الإنترنت وفعاليتها في حشد الناخبين ونقل الرسالة السياسية.

استخدم رجال السياسة الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، بشكل مكثف خاصة خلال الحملات الانتخابية، غير أن حملة أوباما لم تكن مثلا أول من استخدم شبكة المعلومات لجمع التمويل للحملة لأن جون ماكين، الذي هزمه أوباما في معركة الرئاسة في 2008، كان هو أول من برع في استخدام شبكة المعلومات كمرشح للرئاسة.

ففي انتخابات الرئاسة عام 2000، كان جون ماكين منافسا لبوش الابن على ترشيح الحزب الجمهوري، واستخدم شبكة المعلومات لجمع التمويل لحملة، و بالتالي لم يكن أوباما أول من استخدم الشبكة للتواصل مع المؤيدين، فقد سبقته في ذلك حملة هواردين في 2004.

الجديد في حملة أوباما أنها صاغت إستراتيجية واضحة المعالم وضعت التكنولوجيا منذ البداية في موقعها الصحيح، كونها أداة لتحقيق هدف، لا هدفا في حد ذاتها.

ومن هنا، فإن حملة أوباما لم تستخدم شبكة المعلومات لمجرد جمع التمويل، كما فعل ماكين في 2000، ولا حتى كبديل لاستراتيجيات انتخابية تقليدية أو لخلق التأييد، كما كان الحال مع حملة هواردين، وإنما كان الهدف هو خلق شبكة اجتماعية واسعة من المؤيدين وتعبئتها باستمرار، ثم ربط كل ذلك الجهد المبذول في العالم الافتراضي، ربطا عضويا بباقي فعاليات الحملة التي تدور على الأرض. ولا يمكن فهم الجديد الذي أتت به حملة أوباما دون النظر إلى حملة هواردين الرائدة في ذلك المجال. فحملة أوباما لم تبدأ من نقطة الصفر، وإنما استفادت مما فعلته حملة دين ثم بنت عليها.

و لهذا ، من الأجدر التطرق في مرحلة أولى لحملة هوارد دين، ثم الحملة الانتخابية لرئيس الأمريكي بارك أوباما.

المطلب الأول : نموذج حملة هواردين 2004:

بعد أن وجه هوارد دين انتقاداته الصريحة للسياسة الخارجية لبوش، و اتهمه لقيادات الحزب الديمقراطي ، تطورت شعبيته بشكل ملحوظ، وانعكس ذلك بوضوح على موقعه على شبكة الإنترنت الذي بدأ يتلقى خمسمائة رسالة بريد إلكتروني يوميا بدلا من خمسين فقط قبلها، عندئذ، أدرك هوارد دين أن عليه التعامل بشكل أفضل مع جمهور الشبكة، فتعاقد مع جو تريبي Trippi ليدبر حملته.¹ واستطاع هوارد دين أن يستغل، בזكاء بالغ، كل الإمكانيات التي كانت تتيحها الشبكة وقتها، وكان أول قرار، في ذلك الصدد هو استغلال خدمة كانت جديدة عندئذ كان يتيحها موقع يسمى "هيا نلتقي" (Meet up).

فالموقع كان من أول المواقع التي استخدمت مفهوم الشبكة الاجتماعية، فهو كان يقدم للعاملين في المجال نفسه، أو من لهم الاهتمامات نفسها أيا كانت طبيعتها خدمة التعارف، ثم تنظيم لقاءات فيما بينهم ومع موسم الانتخابات، اهتم الموقع بتقديم الخدمة نفسها لأولئك الذين يتابعون كل مرشح من مرشحي الرئاسة.²

وكانت حملة هوارد دين هي أول من انتبه إلى أهمية الموقع، فقام المكلف بالإعلام للحملة بالتفاوض مع "هيا نلتقي"، ليتم توقيع عقد يسمح لحملة دين باستخدام الموقع، على أن تتولى هي تحديد مواعيد اللقاءات وأحداثها.

و شرعت الحملة من خلال ذلك الموقع بإعداد قائمة بريد ضمت نصف مليون عنوان بريد إلكتروني لمراسلة أصحابها.و بدأت فعلا أعداد كبيرة، خصوصا من الشباب، في "الالتقاء" بأخرين على الموقع - ثم في الأماكن العامة التي تتحدد للقاء - فتكونت بالتالي شبكة واسعة من أنصار هوارد دين في كل حي وقرية ومدينة.³

¹ -Noam Scheiber, Organization Man, The New Republic, (November 17, 2003, Vol 229), issue 20, pp. 18-25.

² -Vince Stehle, Preemptive Strike on The Dean Machine, The Guardian, Feb 24, 2004.March8, 2004

³ - Brian Faler, Dean Leaves Legacy of Online Campaign, The Washington Post, Feb 20, 2004Feb25, 2004.

و وصل عدد الذين التقوا بعضهم لصالح دين عبر هذا الموقع 185 ألف فرد. ثم جاء موقع آخر، على الشبكة، ليقدم دعماً إضافياً استفادت منه حملة دين جيداً، وهو موقع "فلننخط الأمر" (Move .on .org) الذي أنشأته مجموعة من الديمقراطيين في جامعة بركلي بولاية كاليفورنيا في 1998، كرد فعل لمحاولة الإطاحة بالرئيس بيل كلينتون، كما نشأت منات الجماعات الأخرى، لمناصرة دين، عبر مواقع الجامعات والمدارس، ووصل عددها الإجمالي إلى 900 موقع. وقد تميز موقع حملة دين نفسه على الشبكة بأنه لا يقدم فقط المرشح للناخبين، وإنما يسمح لهم أيضاً بالتعبير عن أنفسهم بشكل مستمر بالتعليق على ما يقول وما يفعل، بل واقتراح أفكار جديدة لإدارة الحملة الانتخابية، وقضايا تتبنى الدفاع عنها. وكان العاملون في الحملة يقرءون بانتظام كل ما يكتبه المشاركون، واستخدموا بالفعل الكثير من الاقتراحات والأفكار التي طرحت فيها بل أكثر من ذلك، حينما كان بعض المتحمسين يتصلون بمقر حملته للاستئذان لإقامة نشاط معين لمناصرته في قرية أو مدينة ما كانت الإجابة التي يتلقونها "إنكم لستم في حاجة للاستئذان".

بتعبير آخر، الموقع كان شديد الحيوية واللامركزية أيضاً، إذ لم تكن المواد الموجودة على الموقع تحت سيطرة العاملين في الحملة، حيث كان الكثير منها من صنع أنصار الحملة أنفسهم الذين يعيشون على بعد آلاف الأميال، الأمر الذي خلق لدى هؤلاء جميعاً شعوراً قوياً بأنهم جماعة واحدة ذات هدف واحد هو حمل دين إلى البيت الأبيض¹.

وقد سجل موقع هوارد دين أرقاما قياسية من حيث عدد زواره، فكان نحو 25 ألف قارئ يزورون الموقع يوميا، بينما يكتب نحو ألف منهم، يوميا، تعليقات على الموقع .

وعليه يمكن القول أن حملة دين نجحت - بمقاييس ذلك العام الانتخابي وما توافر من تكنولوجيا وقتها - في خلق شبكة واسعة من المتطوعين المؤيدين له، والمتحمسين لانتخابه في كل أنحاء البلاد عبر الإنترنت، عن طريق ربط هؤلاء بعضهم بعضاً في الأحياء ثم المدن، فهم يتعارفون أولاً عبر شبكة المعلومات، ثم يلتقون فيما بعد وجها لوجه، ويعملون معا لخدمة الحملة.

وهو جانب نشط الحملة، وكانت شبكة المعلومات أيضاً الوسيلة الأساسية لجمع الأموال، حيث أن هؤلاء المتحمسين كانوا يقدمون مبالغ ضئيلة نسبياً بالمقارنة بالمساهمات التي تقدم في الحملات عموماً

¹ - William Gibson, South Florida Campaigns for Dean, Vow to Carry on Efforts to Defeat Bush, Lexis-Nexis Academic Universe, June 22, 200; p 32.

فكانت عبارة عن مبالغ تقدر بـ 77 دولارا في المتوسط، وفي بعض الأحيان، كان الفرد يشارك مرة بـ 10 دولارات، ثم بعد شهر بـ 20 دولارا أخرى، وهكذا تم تجميع 40 مليون دولار في عام 2003¹.

المطلب الثاني: نموذج حملة الرئيس بارك أوباما 2008

إن حملة هوارد دين عام 2004 للرئاسة وضعت حجر الأساس للإنجاز الذي حققه أوباما في 2008، فالحركة الواسعة التي التفت حول أوباما كانت قد ظهرت نتائجها الأولى مع حملة دين والاستخدام المبدع لتكنولوجيا المعلومات هو الإسهام الذي قدمته حملة، دين فطوره أوباما لاحقا ورفعها إلى مستويات غير مسبوقة.

فهوارد دين كان المرشح الوحيد الذي أدرك أهمية موقع "هيا نلتقي" الذي كان فريدا من نوعه وقتها من حيث هو شبكة اجتماعية، وكان أكثر من أعطى أهمية كبرى لإعطاء المتطوعين دورا. ولعله من المهم الإشارة إلى أن أوباما بمجرد أن أعلن في بداية 2007 عن تكوين لجنة لبحث فرص ترشحه لمنصب الرئاسة، وقبل أن تبدأ حملته رسميا، كانت هناك مجموعتان على موقع فيس بوك كونهما الشباب من أجل دعم ترشيحه.

وقبل أن تبدأ حملة أوباما رسميا في القيام بأية أنشطة، كانت إحدى هاتين المجموعتين تضم 56 ألفا، بينما ضمت الثانية 200 ألف، بل إن إحدى هاتين المجموعتين كانت المسنولة عن ترتيب أول فعالية مهمة يحضرها أوباما كمرشح للرئاسة في 2007².

وموقع فيس بوك وغيره من مواقع الشبكات الاجتماعية لم يكن منتشرًا بالدرجة نفسها في الانتخابات السابقة على انتخابات 2008 الرئاسية وعليه كانت تلك الشبكات هذه المرة متغيرا جديدا يتيح فرصا لم تكن متاحة من قبل.

إن اهتمام أوباما بكل ذلك كان أحد أهم الأسباب التي صنعت له انتصارا على هيلاري كلينتون صاحبة شبكة العلاقات المذهلة في واشنطن، والتي كانت تحظى بتأييد المؤسسة السياسية عموما، والتي ظل الإعلام لفترة ليست قصيرة يتعامل مع حصولها على ترشيح الحزب الديمقراطي وكأنه تحصيل حاصل.

كان تفوق أوباما على هيلاري بشكل كاسح في استخدام التكنولوجيا التي سمحت له باستقطاب جيل الشباب، بينما استخدمت حملة هيلاري أساليب بالغة التقليدية، ولم تنبّه لأهمية ما فعله أوباما إلا

¹ - William Gibson, op.cit.p.39

² - Sam Graham-Felsen, Obama's Impressive Youthroots, "The Nation", Feb. 15, 2007 March 31, 09

بعد فوات الأوان، وقد كان أوباما فعلا حريصا على الاستعداد الجيد للتعامل مع كل أشكال التكنولوجيا الجديدة في حملته، لذلك وقبل إطلاق حملته، قام أوباما في فبراير 2007 بتحديد موعد مع مارك أندرسين، أحد الذين أنشئوا نت سكيب وعضو مجلس إدارة فيس بوك¹.

وقد سعى أوباما إلى أن يبني على ما أنجزه دين من ناحية، وأن يتجنب أخطاءه من ناحية أخرى فهو طور ما كان دين قد فعله بأن ارتقى بمستوى الخدمات التي قدمها الموقع الرسمي للحملة، ونقل استخدام مفهوم الشبكة الاجتماعية الإلكترونية إلى مستوى أعلى، بينما تجنب الخطأ الرئيسي الذي وقع فيه دين.

فالمشكلة الرئيسية التي تعرضت لها حملة دين كانت أنها ركزت بالكامل على الدعم الشعبي في العالم الافتراضي، واستخدمت الحملة الافتراضية بديلا في أحيان كثيرة عن الأساليب التقليدية، ولم تربط بين ما يحدث في العالم الافتراضي وما تقوم به الحملة على الأرض، فكانت النتيجة أن عجزت يوم الاقتراع العام عن تحويل كل ذلك الزخم الافتراضي إلى أصوات في صناديق الاقتراع، ومن هنا، كانت حملة أوباما تسعى منذ اللحظة الأولى لربط الحملة الافتراضية بمجمل أنشطة الحملة الانتخابية، وجعلها جزءا لا يتجزأ منها.

إن الموقع الرسمي للحملة، كان بالغ الحيوية واللامركزية بما لا يقارن بأي من منافسي أوباما، فهو - على سبيل المثال - كان يتيح للمستخدم أن يبحث من خلاله عن أهم اللقاءات أو الفعاليات الخاصة بالحملة، والتي ستعقد في نطاق خمسة أميال مثلا من مسكنه، ثم يوفر الموقع للمستخدم كل المعلومات عن الحدث وكيفية الحجز للمشاركة. وبمجرد أن يسجل المستخدم بياناته، يتلقى على الفور رسالة إلكترونية تؤكد الحجز.

بالإضافة إلى موقع أوباما الرسمي، كان للحملة وجود على أغلب الشبكات الاجتماعية، خصوصا التي يرتادها الشباب بأعداد كبيرة مثل: فيس بوك، وتويتر، وفليكر، وماي سبيس، فضلا عن أن أوباما وزوجته ميشيل كان لكل منهما موقعه الخاص على فيس بوك الذي كان يتم تحديثه يوميا.

وكان لحملة أوباما طوال الوقت وجود بالغ القوة على يوتيوب الذي كان وسيلة جديدة ليرى الناخبون أوباما بشكل مباشر من خلال خطبه وتصريحاته دون دور للإعلام.

غير أن الأهم من هذا كله أن حملة أوباما لم تستخدم تلك الشبكات الاجتماعية فقط، وإنما أنشأت لنفسها شبكة خاصة بها هي ما أطلق عليه اسم My Barack Obama أو ما صار يطلق عليه اختصارا

¹ -David Carr, How Obama Tapped into Social Network's Power, The New York Times, Nov. 9. 08 April, p.3.

موقع My BO، وهى شبكة تعمل بالطريقة نفسها التي تعمل بها شبكات مماثلة كفيس بوك وماى سبيس. فمن الممكن من خلال ذلك الموقع أن ينشئ أى شخص لنفسه صفحة، تماماً كما هو الحال مع فيس بوك مثلاً، ويضم له من يشاء من معارف، وأصدقاء، ويضع ما يشاء من معلومات، وصور، وأحاديث وتعليقات عن أوباما أو الحملة.

وقد وفرت حملة أوباما على الموقع نفسه آلاف الصور، الأحاديث، الخطب، والتسجيلات لأوباما، وأتاحت للمستخدمين استعمالها كما يشاءون بحرية كاملة، وقد كان نتيجة تلك المرونة أن وصل عدد من لهم صفحة خاصة على ذلك الموقع إلى مليوني شخص، ينضم لكل منها المئات وربما الآلاف.¹ و كان الموقع يقدم إرشادات مختلفة للعمل التطوعي بشكل مبسط للغاية، ففي ركن من أركان الموقع، كان هناك مدخل يقول "كيف"، وكان تحته عدد من المفاتيح التي تقدم للمستخدم معلومات أساسية، منها كيفية مساعدة الناس على تسجيل أنفسهم كناخبين، وكيفية إجراء اتصالات هاتفية لحشد التأييد للمرشح، وكيفية إجراء ما يعرف بحملات طرق الأبواب... الخ.

و استخدمت حملة أوباما البريد الإلكتروني فمن خلال جولات أوباما في طول البلاد وعرضها، كان مساعده يجمعون أسماء من يريد من المؤيدين وبريدهم الإلكتروني حتى تكونت قاعدة بيانات ضخمة ضمت 13 مليون شخص كان يتم مراسلتهم بشكل مستمر بواقع 5 إلى 20 رسالة في الشهر الواحد وقد كانت قاعدة البيانات تلك عالية التقنية، حيث كانت تتضمن أشكالاً مختلفة من التصنيف،² كان الهدف من استخدام التكنولوجيا هو خلق شبكة من المؤيدين وتعبئتها وتفعيلها، فقد اهتمت حملة أوباما بتكنولوجيا المحمول أيضاً، فاستخدمت برامج وإمكانات هواتف الآى فون iPhone لإعداد قوائم للمؤيدين والمتطوعين بأسماء أصدقائهم ومعارفهم المطلوب الاتصال بهم وإقناعهم أو تعبئتهم.³ كما اهتمت حملة أوباما أيضاً بمخاطبة الكثير من مؤيديها عبر رسائل المحمول، حتى يشعر المتطوعون بأنهم جزء من الحملة، فكانت ترسل بانتظام رسائل إلى نحو 3 ملايين محمول.

¹ - Jose Antonio Vargas, Obama Raised Half a Billion Online, The Washington Post, Nov20., 2008.56.

² - Jemima Kiss, Why Everyone's a Winner, "The Guardian", Nov 10., 08 March 31, 09.

و جدير بالذكر أن حملة أوباما استعاضت عن المؤتمر الصحفي برسائل المحمول لتعلن عن اختيار جو بايدن لمنصب نائب الرئيس. وقد استخدمت حملة أوباما أيضا أنواعا مختلفة من التكنولوجيا التي استخدمت ، فقد استخدمت مثلا برنامجا جديدا عرف باسم هوديني Houdini كان يوفر لكل متطوع قائمة بأسماء الجيران في محيط الحي الذي يقطنه، والذين لم يستقروا بعد على مرشح، والمطلوب السعي لإقناعهم بأوباما.

يستنتج أن حملة أوباما كانت حريصة على إشعار أولئك المتطوعين بالدور المهم الذي يلعبونه، فهي لم تكن - على سبيل المثال - ترسل بالأسماء نفسها لأكثر من متطوع، وإنما كانت تشعر كلا منهم بدوره المهم، فترسل له قائمة الأسماء، مع تأكيد أن تلك القائمة مسنوليته وحده، ولن يتم إرسال الأسماء نفسها لغيره.

بل أكثر من ذلك، كانت الحملة تتيح لبعض المتطوعين الذين يتم اختيارهم بعناية، وبعد اختبارات متعددة، كل قاعدة البيانات التي تملكها لاستخدامها في الدعاية لأوباما كيفما يرون، الأمر الذي كان أيضا يسمح بالابتكار وإنتاج الأفكار الخلاقة من جانب المواطنين العاديين.

من خلال الفصل الأول يمكن القول أن الإنترنت، وفر وسائل اتصال جديدة حولته من مجرد وسيط اتصالي إلى ساحة للنقاش السياسي خاصة في الدول المتقدمة التي تتوفر بها خدمة الإنترنت .

ويعد النموذج الأمريكي في مجال الحملات الإلكترونية الانتخابية أبرز نموذج، نظرا لتدخل عدة عوامل منها الاهتمام بالاتصال السياسي، ومستوى التطور التكنولوجي العالي في هذا البلد بالإضافة إلى معايير مرتبطة بالسياق الاجتماعي والسياسي.

واتضح أن المرشح باراك أوباما لم يكن السباق في استخدام الإنترنت في الحملة الانتخابية ولكنه قام بتدارك أخطاء حملة المرشح هوارد دين عام 2004 ، مركزا على ضرورة الربط بين العمل الافتراضي الذي يتم عبر الشبكة و العمل على أرض الميدان .

كما استخدم أوباما عدة قنوات اتصالية سواء الموقع الرسمي أو الشبكات الاجتماعية التي كانت تحين بشكل يومي، فتحيين المواقع بشكل دوري إلى جانب الاهتمام بطرق عرض المضامين تعد من أهم شروط النجاح ، فمن الخطأ امتلاك مواقع عبر الإنترنت تكون شبه مهجورة فتسيير المواقع من طرف المختصين يعتبر شأن محوري في تحقيق النجاح .

الفصل الثاني

الإتصال الحزبي في الجزائر

يتطرق هذا الفصل في جزئه الأول وبشكل مختصر لتطور الأحزاب في الجزائر بداية من التعددية الحزبية التي جاء بها دستور 1989، مع التركيز على الوضع القانوني و الدستوري ثم التعريف بأهم الأحزاب الناشطة في الساحة السياسية .

في حين خصص الجزء الثاني إلى معالجة أشكال و قنوات إتصال الأحزاب بشكل عام مع إجراء بعض الإسقاطات على الأحزاب السياسية في الجزائر .

في هذا السياق ،لا يمكن دراسة الأحزاب الجزائرية من زاوية استخدامها لمواقعها الإلكترونية الرسمية بمعزل عن البيئة الاجتماعية التي تمارس فيها هذا الإتصال ولهذا تم التطرق إلى علاقة الأحزاب الجزائرية بالسلطة السياسية و المجتمع.

المبحث الأول: تطور الأحزاب السياسية في الجزائر بعد 1989:

شهدت الجزائر إقرار التعددية السياسية كنمط جديد لنظام الحكم بعد أن سادت الأحادية المغلقة لمدة أكثر من ربع قرن بعد الاستقلال مباشرة في 1962 و جاء هذا التحول سنة 1989 نتيجة لعوامل وأسباب سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية تراكت فيها بناها عبر مراحل تاريخية عديدة. وبمجرد تبني إقرار التعددية السياسية سارعت مختلف التيارات والجماعات والأفراد إلى التكتل في كيانات متعددة وتوجهات مختلفة حيث قامت بتأسيس جمعيات ذات طابع سياسي استنادا لما ورد في دستور فيفري 1989 وكانت هذه الانطلاقة الأولى للتجربة التعددية الحزبية في الجزائر.

المطلب الأول: الوضع الدستوري والقانوني للأحزاب:

انتهجت الجزائر مباشرة بعد استقلالها في 5 جويلية 1962 نظام الحزب الواحد رافضة بذلك نهج التعددية عندما تم استصدار المرسوم الرئاسي رقم 63-297 في 14 أوت 1963 الذي يمنع بموجبه أي تجمع سياسي أو تنظيم يخالف مبدأ الحزب الواحد ، كما تم غض الطرف عن الشرعية الدستورية بعد تجسيد العمل بدستور 1963 و الانتقال إلى بالشرعية التاريخية ثم الشرعية الثورية التي حكمت الجزائر بالرغم من وجود دستور 1976 إلى غاية سنة 1988 حينما انتفض الشارع ليس لتغيير النظام السياسي وإنما سخطا على بعض السلوكات والتصرفات التي لم تأخذ بتطوير المجتمع وطموحات شبابه.¹

بالرجوع إلى أحكام الدستور فقد تجسد مبدأ الحزب الواحد من خلال المادة 23 من دستور 10 سبتمبر 1963 " جبهة التحرير الوطني هو الحزب أطلانعي الوحيد في الجزائر"² والمادة 95 من دستور 22 نوفمبر 1976: "جبهة التحرير الوطني هو الحزب الوحيد في ويتشكل من طبقة المواطنين الأكثر

وعيا"³

¹- عيسى جرادى، الأحزاب السياسية في الجزائر ، الجزائر، دار قرطبة، 2007، ص. 40.

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1963، المادة 23.

³ -- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1976، المادة 95.

غير أن التناقضات و المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و كذا الانغلاق السياسي والتضييق على الحريات إضافة إلى انتشار الوعي و التقدم العلمي و الثقافي لدى أفراد الشعب عجلت حدوث انتفاضة 5 أكتوبر 1988 وهو مما دفع السلطة إلى تغيير طبيعة العمل السياسي .
و تصحيح مساره ،وتمّ لوصلوا إلى هذا بعد وقوع خسائر في الأرواح و الممتلكات ...الخ مما أثبت للنظام وجود قطيعة بين الدولة و المجتمع ،وحاول القيام بإصلاحات للتخلي عن نظام الحزب الواحد ،
و فتح المجال السياسي أمام التيارات مكرسا فكرة التعددية الحزبية لما لها من دور في تنشيط و تفعيل الحياة السياسية .

إن تبني الجزائر للتعددية تشكل من خلال إقرار دستور 28 فيفري 1989،مما أسفر عن بروز عدة أحزاب فحسب الأستاذ "عيسى جرادى

"في أبريل 1995 سجلت وزارة الداخلية اعتماد أزيد من سبعين حزب ،حيث ظلت القائمة مفتوحة لاستقبال مزيد من طلبات الاعتماد فميلاد الأحزاب مثل موتها سنة سياسية شائعة في البلدان التي ظلت تعاني حصار الحزب الواحد"¹

ومرت التجربة التعددية الحزبية في الجزائر بمرحلتين اثنتين: امتدت الأولى من سنة 1989 إلى حدود إيقاف المسار الانتخابي في السنة 1992 أما المرحلة الثانية فتمتد من سنة 1996 إلى يومنا هذا.المرحلة الأولى (1989-1992)

يعد دستور 23 فيفري 1989 الوثيقة التي تأسست خلالها قاعدة التعددية الحزبية في الجزائر أو بالتدقيق ما سمي آنذاك ب"الجمعيات ذات الطابع السياسي" وبعدها تولى قانون 5جويلية 1989 ضبط الشروط المتطلبة لإنشاء هذه الجمعيات واهم ماميز هذه المرحلة هو الإقبال الكبير على تأسيس الجمعيات الطابع السياسي.

دستور 23 فيفري 1989

بناء لما سبق نصت المادة 40 من هذا الدستور على حق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي² وأحدثت هذه المادة تغييرا جذريا في الحيات السياسية فاتحة المجال ،للقوى السياسية لممارسة نشاطها في العلن و بكل حرية لكن هذه المادة لم تشر بصفة مباشرة إلى إنشاء "الأحزاب السياسية" بل استعملت فيها صيغة "الجمعيات ذات الطابع السياسي" ككناية عنها.

يرجع ذلك حسب المحللين إلى أن المشروع الدستوري تعمد هذا الأمر حتى يتسنى للسلطة السياسية كسب الوقت الكافي لإعادة ترتيب أوراقها من جديد وتمنع وقتا طويلا لضمان استمرارها والتعرف على

¹ - عيسى جرادى ، مرجع سابق ، ص45 .

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،دستور 1989،المادة،40،
المادة40 "إنشاء الجمعيات ذات الطبيعة السياسية معترف به ولكن لا يمكن التترع بهذا الحق لضرب الحريات الأساسية والوحدة الوطنية والسلامة الترابية واستقلال البلاد وسيادته الشعبية".

وجهات نظر القوى الأخرى إلى جانب تضيق مجال نفوذ التعددية لينحصر دورها في المعارضة دون المشاركة الفعالة لذلك كان يجب حسب اعتقاد السلطة أن تبدأ العملية بجمعيات ثم تتطور فيما بعد إلى أحزاب¹

بالرغم من قصر مدة تطبيق دستور 1989 إلا أنه شكل مرحلة حاسمة في التطور السياسي الحديث للجزائر كونه وضع حدا للنظام السلطوي وحدد معالم وأسس إقامة نظام ديمقراطي تعددي وقد تم تجميد العمل بهذا الدستور بعد توقيف المسار الانتخابي في 12 جانفي 1992 وما ترتب عنه من رد فعل قوي من طرف أنصار "الجهة الإسلامية للانتقاد (fis) صاحبة الأغلبية غي الانتخابات التشريعية 1991 والذي تطور إلى عصيان مدني مما وضع البلاد في حالة استثنائية بسبب "الفراغ الدستور" الذي أعقب حل المجلس الشعبي الوطني واستقالة رئيس الجمهورية وبعد ها تدخل الجيش من اجل حماية الأمن العام ووضع مؤسسات انتقالية تعوض الرئيس المستقيل والمجلس المحل².

قانون الجمعيات ذات الطابع السياسي:

من أجل تجسيد الحق الدستوري الذي نصت عليه المادة السابقة الذكر والتكريس الفعلي للانتقال نحو التعددية السياسية تم إصدار الأمر رقم 11/89 المتضمن قانون الجمعيات ذات الطابع السياسي في 5 جويلية 1989 والذي جاء ليؤطر العمل السياسي ويحدد الإجراءات التي تحكم إنشاء الجمعيات السياسية وأهدافها وممارساتها وترتيباتها لمالية وكذلك العقوبات والإجراءات التي يمكن توجيهها إليها في حال مخالفتها القانون حفاظا على الاستقلال الوطني والوحدة الترابية وهوية الجزائر³

لقد وجهت العديد من الانتقادات لهذا القانون كان أبرزها التسهيلات التي قدمها في مجال تأسيس الأحزاب وذلك من خلال وضعه شروطا بسيطة مشابهة لشروط تأسيس الجمعيات الخيرية حيث جعل العمل السياسي مهنة سهلة الاحتراف لا تتطلب ثقلا سياسيا وتواجد جماهيريا ولا حتى برنامجا سياسيا مما افرز مع الوقت أحزابا مجهرية تواجد العديد منها لم يكن إلا عبر إطلاق تسمية بسيطة للحزب أو عبر شخصية مؤسسة.

بدأت الأحزاب السياسية تودع ملفات اعتمادها لدى وزارة الداخلية تجسيدا لمواد دستور 1989 ولقانون الجمعيات ذات الطابع السياسي وكان أول حزب يتم اعتماده هو الحزب الاجتماعي الديمقراطي ثم أحزاب أخرى مثل حزب الطليعة الاشتراكية و التجمع من اجل الثقافة والديمقراطية وبعد صدور

1- كريمة جباري، الإصلاحات السياسية في الجزائر، 1989-1997، (مذكرة ماجستير)، جامعة الجزائر، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية، 2001، ص. 14.

2-Ahmed MAHIOU, Remarque sur l'évolution du système politique en Algérie, mise en ligne le 13-12-

2004, URL : <http://www.africa/catalunya.org/congrés/pdf/mahiou-pdf>. consulté le 14-09-2011

3 - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "قانون رقم 11_89 المؤرخ في 5 جويلية 1989 ، يتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي" الجريدة الرسمية، العدد 27، السنة 26.

القانون ب 17 شهرا فقط تم إيداع 39 ملفا لتكوين الأحزاب حيث كان المشهد السياسي في نوفمبر 1990 يطبعه وجود 31 حزبا وارتفع العدد إلى 52 في 1991 ووصل إلى 60 حزبا معتمدا في 1992.¹ إلا أن العديد من هذه الأحزاب السياسية قد اختفى بعد صدور القانون الخاص بالأحزاب الذي حدد بوضوح الشروط الواجب توفرها من أجل للحصول على الاعتماد الرسمي وعلى الرغم من ذلك يبقى عدد الأحزاب المتواجدة في الساحة السياسية كبيرا جدا مما يطرح باستمرار مشكل التمثيل والأصوات.

المرحلة الثانية (1996 إلى اليوم)

تحت وطأة الأحداث تبين بسرعة إن المسار الديمقراطي خلق نتائج لم يتمكن النظام آنذاك التنبؤ بها.² إعادة النظر في النظام الحزبي من جديد بعد المصادقة على الدستور المعدل في 1996 الذي اعتمد هذه المرة على مصطلح "الأحزاب السياسية" بدل الصياغة المقنعة المستعملة في الدستور السابق ثم تبع ذلك إصدار القانون العضوي الجديد المتعلق بالأحزاب السياسية في 1997 تم من خلاله وضع شروط إجرائية أكثر دقة وصرامة.

دستور 28 نوفمبر 1996

وأعقب ذلك مباشرة مراجعة الدستور السابق بمقتضى الاستفتاء الشعبي في 28 نوفمبر 1996 من أجل تعزيز المسار الديمقراطي .

لقد تم بعث المسار الانتخابي من جديد بإجراء الانتخابات الرئاسية في 16 نوفمبر 1995 تغيرات جوهرية على شكل ومضمون الخارطة الحزبية بعد حدوث مشاكل أعاقحت النشاط السياسي خلال السنوات الماضية حيث تم وضع ضوابط جديدة لسير الأحزاب السياسية وتحديد شروط صارمة للتصريح بها في المادة 42 مقارنة للمادتين (40 من دستور 1989 و المادة 42 من دستور 1996) نجد أن هذه المادة أكثر وضوحا من المادة 40 السابقة وقضت بذلك على كل لبس بدء من الاعتراف الرسمي بعبارة "حزب سياسي" بدلا من "جمعية ذات طابع سياسي" تم وجوب استثناء عناصر التراث المشترك بين الجزائريين والمتمثلة في القيم والمكونات الأساسية للهوية الوطنية (الإسلام العروبة والأمازيغية) من المناقشات السياسية والصراعات الحزبية وعدم التلاعب بها إضافة إلى إدراج عدم استعمال كل أشكال العنف أو الضغط صراحة كما تؤكد هذه المادة في الصياغة إن المشرع قد أخذ في الحسبان الدروس السابقة والثغرات الملاحظة على هذه المادة التي كادت أن تؤدي إلى انهيار محتم لمؤسسات الدولة.

¹- عمر صدوق، آراء سياسية و قانونية في بعض قضايا الأمة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجماعية، 1995، ص.105.

²- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1996 المادة 42.

القانون العضوي للأحزاب السياسية:

نظرا للطابع لبعض أحكام القانون السابق المتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي الذي ساهم في الانزلاق الـسـي شهدتها ممارسة النشاط السياسي أثناء السنوات التي تلت صدوره عمدت السلطة السياسية إلى إصدار الأمر رقم 09/97 المؤخر في 6 مارس 1997 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية¹ وذلك من أجل ضمان حق إنشاء الأحزاب.

إن أهم مواد هذا القانون تتجه إلى التأكيد على جملة من الأحكام أبرزت الشروط والوجبات اللازمة للعمل الحزبي وفقا للمعطيات الجديدة وحددت الشروط الضرورية لانتشاء الأحزاب السياسية والتأكيد على عدم استعمال مكونات الهوية الوطنية بأبعادها الثلاثة لإغراض الدعاية الحزبية.

لقد ساهم هذا القانون في تنظيم الساحة السياسية من خلال تشديده على عنصر التمثيل لتأسيس الأحزاب السياسية وعلى ضرورة امتلاكها لبرنامج سياسي حقيقي ففي مجال التكوين نصت المادة 18 أنه لا يكون بالمقدور الاعتراف بالأحزاب السياسية إلا بعد ،خضوع مسار تشكيل الحزب إلى فترة تجريبية في حدود سنة واحدة على أكثر من أجل تمكين أصحاب المبادرة من توفير الشروط الضرورية لعقد مؤتمر تأسيسي تتم فيه صياغة القانون الأساسي للحزب وتحديد أهدافه الأساس الإقليمي وعدد المنخرطين هذا القانون يخضع الحزب السياسي للتمثيل الوطني.

إن المادة الثانية(02) من قانون الأحزاب السياسية الجديد لم تحدد الأهداف الأساسية لوظيفة الأحزاب واقتصرت على ذكر هدف واحد فقط هو المشاركة في الحياة السياسية الوسائل الديمقراطية والسلمية من خلال جمع مواطنين حول برنامج سياسي دون ابتغاء هدف ىدر ربحا لكن الملاحظ على هذه الصياغة أنها جاءت غير دقيقة ويغلب عليها الطابع الإنشائي وبما أن المشرع لم يحدد مفهوم وطبيعة الأحزاب السياسية بدقة فقد فاتته بالتالي تحديد أهدافها ووظائفها بوضوح واكتفى بالنص فقط على الهدف التقليدي لوجودها الذي يمكن في تمثيل المصالح المتعارضة في الدولة وداخل البرلمان بمختلف اتجاهاتها.²

المطلب الثاني: خارطة الأحزاب السياسية الجزائرية الفاعلة

لا يمكن الجزم بوجود خارطة حزبية ثابتة في الجزائر خلال تجربة التعددية السياسية فقد خضعت هذه الخارطة لتغيرات قانونية عديدة منذ إقرارها ، ويرجع هذا إلى كون الظاهرة الحزبية ديناميكية حيث أدى الاعتراف الرسمي بالتعددية الحزبية وتكريسها في دستوري 1989 و1996 إلى تأسيس قرابة سبعين حزب لم يبق منها لحد الآن ما يقارب 30 حزبا معتمدا قانونيا،³ لعدم تكيفهما مع أحكام القانون الجديد.

¹ -الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية امر رقم 09/97 المؤخر في 6 مارس 1997 يتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية الجريدة الرسمية العدد 12 لسنة 34.

² - نسيب محمد أرزقي، أصول القانون الدستوري، السياسية الجزء الثاني، الجزائر مطبعة هومة ، 1999، ص.105.

³ - سليمة رابحي، مرجع سابق ،ص. 55

على الرغم من ذلك يبقى عدد الأحزاب السياسية المتواجدة في الساحة السياسية معتبرا كثرة الأحزاب سيؤدي حتما إلى صعوبة في تصنيفها وفق معيار فقهي أو علمي وكذلك إلى صعوبة تحديد حقيقتها وتوجهاتها السوسولوجية والإيديولوجية بسهولة.

الخارطة الحزبية في الجزائر لم تخضع إلى دراسات عملية رصينة إلا ما ندر من بعض البحوث والدراسات الجامعية المعاصرة على مستوى معاهد وأقسام العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي ويرجع هذا إلى حداثة الموضوع من جهة وقلة الاهتمام بالظاهرة الحزبية من جهة أخرى مما اثر كثيرا على ندرة المراجع في هذا المجال.¹

مهما يكن سنحاول هنا وضع إطار عام لخارطة الأحزاب السياسية ومحاولة وضع بطاقات تقنية حول أهم الأحزاب الناشطة في الساحة السياسية من خلال تحديد تركيبها الأساسية وسنكتفي بتصنيف الأحزاب التي تشارك بفعالية في تنشيط الحيات السياسية وتمارس تأثيرا فيها بحكم حجم انتشارها وعضويتها في المجالس النيابية.

على هذا النحو سنعمد في التصنيف على نتائج الانتخابات التشريعية التي جرت خلال 1997 و2002 والتي سمحت ب بروز ثلاثة تيارات أساسية رسمت معالم الخارطة السياسية في الجزائر (انظر الملحق رقم 1).

1- التيار الوطني:

ينتظم هذا التيار أساسا الأحزاب التي ترى نفسها وريثة قيم حركة الوطنية و قيم و مبادئ ثورة نوفمبر 1954 وتدعو أحزاب إلى احترام مبادئ الديمقراطية وتجسيدها عمليا كما تركز في برامجها وخطاباتها وتصريحات زعمائها على الطابع الوطني. و أهم ما يميز هذا التيار مايلي:

- الدفاع عن ثوابت المجتمع الجزائري ممثلة بصفة خاصة في الدين الإسلامي ، اللغة العربية و الوحدة الوطنية.

- استقطابها شريحة المجاهدين باعتبارها فئة مميزة في ماضيها الثوري.

-الحرص على بناء علاقة تتميز بالاستقلالية إزاء فرنسا - البلد الذي استعمر الجزائر--ارتباط الكثير من أعضائها بالحزب الواحد -سابقا-²

يضم هذا التيار "حزب جبهة التحرير الوطني" كحزب استطاع أن يستمر بعد نهاية الأحادية وأن يدخل المعترك السياسي ليشغل حيزا مهما من الحياة السياسية وأن يدعم بقائه كأهم قوة سياسية للنظام وهو اليوم طرف في التحالف الرئاسي المتواجد في السلطة إلى جانب "حزب التجمع الوطني الديمقراطي الذي أنشأته عناصر منسحبة من الحزب السابق ليوفر أرضية سياسية للرئيس السابق "اليامين

¹ - سليمة رابحي، مرجع سابق ، ص. 57.

² - عيسى جوادي، مرجع سابق، ص. 48.

زروال"كما نجد في هذا التيار عددا كبيرا من الأحزاب السياسية الصغيرة التي تدور في فلك هذين الحزبين الكبيرين.

حزب جبهة التحرير الوطني.

ظهر "حزب جبهة التحرير الوطني مع اندلاع الثورة التحريرية في الفاتح من نوفمبر 1954 وتسليم السلطة منذ الاستقلال في 1962 وبقي الحزب الواحد الحاكم حتى الإعلان عن التعددية الحزبية بموجب دستور 1989 وبذلك فإن الحزب هو امتداد للجبهة التي خاضت الثورة ضد الاستعمار الفرنسي كما يمثل هذا الحزب المقاومة المتعددة الأوجه التي خاضها الشعب الجزائري ضد الاستعمار ويعتبر الاستقلال من أهم منجزاته.¹

لكون "جبهة التحرير الوطني" الحزب الوحيد في البلاد حتى 1989 فقد ضم صفوفه مختلف التوجهات السياسية والإيديولوجية الشيء الذي أدى إلى بروز خلافات وانقسامات انتهت إلى استقالة العديد من الشخصيات المؤسسة له وظهور حزاب سياسية معارضة مؤسسوها هم من قيادي الجبهة السابقين.²

يعد حزب جبهة التحرير الوطني حزبا وسيطا ليس في أقصى اليمين ولا أقصى اليسار يتبنى مبادئ وطنية مثل الوحدة الوطنية والتفاهم والسلم و يعتمد في توجهاته وخطابه على التذكير بالمقاومة الجزائرية التي يعتبرها مرتكزه المرجعي وفي سياق متصل يهدف الحزب في برامجه العمل على حماية وتقوية السيادة الوطنية باسترجاع وترقية دعائم الهوية الوطنية .

التجمع الوطني الديمقراطي:

من المعلوم تاريخيا أن حزب "التجمع الوطني الديمقراطي" هو انشقاق عن حزب جبهة التحرير الوطني عندها تحويل الأخير إلى معارضة النظام في ظل رئاسة "عبد الحميد مهري" وقد تأسس التجمع الوطني الديمقراطي في 21 فيفري 1997 ثلاثة اشهر فقط قبل موعد الانتخابات التشريعية وتلقي اعتماده الرسمي 03 افريل 1997.

يضم هذا الحزب ضمن تركيبه الداخلية إطارات عليا في الدولة وفي المنظمات الوطنية وقد اكتسب قوة سياسية بفضل استفادته من انتقال بعض القياديين والإطارات والمناضلين من جبهة التحرير الوطني الذين التحقوا بالحزب الجديد ونقلوا معهم وسائلهم وخلاياهم وقواعدهم الانتخابية كما يضم في صفوفه أهم المنظمات الجماهيرية للحزب الواحد سابقا وهي منظمة أبناء الشهداء منظمة أبناء المجاهدين الاتحاد العام للعمال الجزائريين والاتحاد الوطني للنساء الجزائريات.³

¹-Yousfe Zirem,Algérie:La guerre des omres (Alger,edition Grip,2002),p.49.

² - Rachid Benyoub,L'annuaire politique de l'Algérie,(4ème éd,Alger,Anep,2002),p.102.

³ -Yousfe Zirem,op,cit.p.59.

يَتَبَنَّى " التجمع الوطني الديمقراطي " الذي يترأسه حاليا رئيس الحكومة السابق السيد "احمد اويحي" نهجا وطنيا يركز في خطابه السياسي على مبدأ الوحدة الوطنية والتماسك الداخلي ويتمسك بالمرجعية النظامية في مجال المقاومة ويعتمد في عمله السياسي على الطبقات المتعلمة من أعضائه وعلى العنصر السنوي كما يدافع على الطرح الليبرالي من جانبه الاقتصادي.

2- التيار الإسلامي:

يشمل الأحزاب ذات التوجه الإسلامي البارز و التي تتميز بعناوين إسلامية هدفها هو بناء دولة على قواعد إسلامية و أهم ما تتميز به هذه الأحزاب حسب ما أورده الأستاذ عيسى جرادى في كتابه "الأحزاب السياسية في الجزائر نذك.ر:

- المطالبة بالعودة إلى مبادئ الإسلام من منطلق أنه منهج حياة شامل.
 - دفاعها القوي و الراسخ عن ثوابت المجتمع الجزائري و قيمه الأصيلة و تبنيها مواقف مناهضة لدعوات التغريب.
 - اعتقادها بأن مبادئ اول نوفمبر في صميمها إسلامية، غير أنها تعرضت للتخريف و المصادرة .
- ومن اهم الأحزاب المشكل لهذا التيار نذكر مايلي:

حزب مجتمع السلم :

تأسست الحركة في 5 نوفمبر 1999 من طرف الشيخ "محفوظ نحناح" بمناسبة للإنتفاضة الفلسطينية، وأخذت تسمية أحد الحركات الفلسطينية "حماس" و ترجع نشأتها إلى تأسيس جمعية خيرية سميت ب"رابطة العلماء و الدعوة من طرف "محفوظ نحناح" ،و كانت هذه الجمعية نفسها "جمعية الإصلاح و الإرشاد" التي أعلن عنها بعد ذلك في مارس 1997 و بصفة عامة يرجع الامتداد التاريخي لهذه الحركة إلى النشاط السري الذي بدأ عام 1963 مستندا في مرجعيته إلى تيار "الإخوان المسلمون "حيث كان هذا التيار في الجزائر يبيدي معارضته الشديدة لنظام الحكم السائد آنذاك.¹

بعد خروج للحركة إلى العلن بعد مؤتمرها التأسيسي في 29 أفريل 1991 باسم "حركة المجتمع الإسلامي"، عرفت عدة تغيرات جوهرية خلال تجربتها السياسية ،مست برنامجها الانتخابي و خطابها السياسي...و لكن بالرغم من ذلك تعتبر الحركة الجناح المعتدل في الحركة الإسلامية التي تهدف إلى قيام الدولة الإسلامية،و ذلك باحترام المراحل و المعطيات الموضوعية للواقع الجزائري بعيدا عن كل تعصب،و انتهاج الحوار باعتباره السبيل الوحيد لتحقيق الوحدة بين الإسلاميين و العلمانيين و الدعوة إلى الوسطية و الاعتدال وكذا تجنب الصدام بين السلطة و من خلال مبادئ الشورى الديمقراطية².

¹ - سليمة رابحي ، مرجع سابق ،ص.60.

² -Achour Cheurfi, La classe politique algérienne, Alger, Cabah, 2001, p.421.

حركة الإصلاح الوطني:

تأسست الحركة في 29 جانفي 1999 من طرف السيد "عبد الله جاب الله"، نتيجة الانشقاق الذي حدث في حركة النهضة "و الأزمة الداخلية التي عصفت بها في جانفي 1998، وذلك بهدف إعادة بناء وهيكله التيار الإسلامي الوطني، على رؤية سياسية تقوم على إخضاع المصالح للمبادئ، وهنا يجب أن ننبه بان الحركة كان قد أسسها "عبد الله جاب الله"، في أكتوبر 1990، وأخذت موقعا وسطا قريبا إلى الاعتدال على خلاف راديكالية "الجهة الإسلامية للإنقاذ" و تقترب في طروحاتها مع "حركة مجتمع السلم".

فالحركة هي حزب معتدل ذو توجه إسلامي يتبنى موقفا وسطا رافضا لكل أشكال العنف، كما يسعى إلى تأسيس دولة إسلامية في إطار المبادئ الديمقراطية، وكذا النضال من أجل إرساء نظام حكم قائم على التعددية سياسية حقيقية يحمي الحقوق و الحريات العامة و الفردية و الجماعية، و تتوفر فيه ضمانات الممارسة السياسية للجميع¹

التيار الديمقراطي:

يختلف هذا التيار عن التيارين السابقين لأنه يحرص على إبعاد الدين عن السياسة وهو التيار الذي أسماه الأستاذ عيسى جوادي بالتيار اللائقي وذكر أن أهم مرتكزاته الإيديولوجية هي:

- تبني فصل الدين عن الدولة.
- رفض الشريعة و الدعوة إلى إلغاء قانون الأسرة المستخلص من الشريعة الإسلامية.
- معارضة الحركة الإسلامية و تبني مواقف متطرفة إزاء القضايا الإسلامية.
- الدعوة إلى التعددية اللغوية في سياق نبذ اللغة العربية و الترويج للamazigية، واعتبار اللغة الفرنسية غنيمة حرب يجب المحافظة عليها.²

ومن أهم الأحزاب التي تنتمي لهذا التيار نذكر ما يلي:

حزب القوى الاشتراكية:

يعتبر حزب القوى الاشتراكية (FFS) أهم أحزاب التيار الديمقراطي لما له من جذور تاريخية ، واعتباره الحزب المعارض الأول في الجزائر، و قد تأسس هذا الحزب في 29 سبتمبر 1963 بعد الخلافات التي حدثت بين رفقاء السلاح غداة الاستقلال، و ذلك بزعامة السيد "حسين آيت أحمد" الذي قاد حركة العصيان و التمرد ضد الرئيس السابق "أحمد بن بلة".

بعد أن تم حل الحزب اتجه إلى العمل السري و استخدم في ذلك أسلوب المعارضة من خارج النظام ، كما احتفظ بموقعه و نفوذه خاصة في منطقة القبائل ، وكان وراء تنشيط المطالب الثقافية

¹ - سليمة رابحي ، مرجع سابق ، ص. 61.

² - عيسى جوادي، مرجع سابق ، ص. 49.

وتشكيل جمعيات و قنوات لدعم ومساندة الحركة الثقافية البربرية إلى غاية إعادة تأسيس الحزب بعد إقرار التعددية، لينشط بطريقة علنية بعد قبول إعتماده الرسمي في 20 نوفمبر 1989.

أما فيما يخص طبيعة برنامج السياسي، فإن إطاره العام مبني على طرح علماني، من خلال دعوته إلى إقامة دولة قانون و الحريات و العدالة و المساواة بجميع المعايير الديمقراطية، كما يطالب بمجلس تأسيسي يراقب الأجهزة السياسية و يكون ممثلاً بجميع الاتجاهات السياسية... وعلى الرغم من محاولات الحزب المعتمد للحصول على قاعدة شعبية خارج منطقة القبائل، إلا أن صفة الجهوية عرقلت انتشاره بسرعة على الساحة السياسية.¹

حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية:

ونتيجة للانقسامات الداخلية التي حدثت في صفوف "جبهة القوى الاشتراكية" ظهر توجه سياسي جديد يحمل نفس المطالب الثقافية، غير أنه يختلف عنها من ناحية الإجراءات الملموسة للدفاع عنها والمطالبة بها، و كذلك من ناحية الأفكار و المبادئ.

ولقد جاء تأسيس "التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية" (RCD) نتاج العمل النضالي لشخصيات الحركة الثقافية البربرية و لبعض مناضلي "جبهة القوى الاشتراكية" و يعد أول حزب يتم الإعلان عنه مباشرة بعد أحداث أكتوبر 1988، و كان ذلك في 10 فيفري 1989 بمدينة تزي وزو بالرغم من عدم بدء العمل بالدستور الجديد الذي تم عرضه للاستفتاء الشعبي يوم 23 فيفري 1989 وتلقى الحزب اعتماده الرسمي في 12 سبتمبر 1989، و يرأس الحزب منذ تأسيسه إلى غاية اليوم السيد "سعيد سعدي".²

بالنظر إلى أهدافه و طبيعة برنامجه و مواقفه، يمكن القول يدعو بصورة صريحة لتبني اللانكية ونبذ التطرف الديني و استعمال الدين لأغراض سياسية، على الرغم من محاولات الحزب في حصول الحزب عن قاعدة شعبية خارج منطقة القبائل، لم يستطيع الحزب تحقيق ذلك.

حزب العمال

إن حزب العمال (PT) هو امتداد طبيعي و إيديولوجي للحركة السرية التي بدأت تنشط منذ بداية سنوات السبعينات تحت راية "لجنة العمال الجزائريين" (CTA) التي ظهرت في 16 أكتوبر 1973 وتحولت سنة من بعد ذلك إلى "لجنة اتصال العمال الجزائريين"، التي انقسمت بدورها إلى حركتين "مجموعة الشيوعيين الثوريين" و "المنظمة الاشتراكية للعمال".³

¹ - سليمة رابحي، مرجع سابق، ص. 61.

² - نفس المرجع، ص. 62.

بعد إقرار التعددية و وضع مناضلوا "المنظمة الاشتراكية للعمال" ملف اعتماد الحزب وفي 2 مارس 1990، محتفظا بنفس التسمية ،و بعد الانتهاء من أشغال المؤتمر التأسيسي المنعقد في جويلية 1990 أصبح الحزب يعرف باسم حزب العمال.

و عن توجهه العام فهو يعبر عن التوجه اليساري الذي يتبنى المبادئ الاشتراكية، و يدعو إلى الحوار و الاعتراف باللغة الأمازيغية و تحقيق العدالة و المساواة و العدالة الاجتماعية. ومن الناحية الاقتصادية يرفض الحزب السياسة الاقتصادية و الإصلاحات الليبرالية المتبعة، من خلال وقوفه الدائم ضد محاولات تقليص القطاع العمومي، و يدعو إلى تعزيز النقابات و يعلن تضامنه مع العمال و الطبقات الاجتماعية .

تعود شعبيته بنسبة كبيرة إلى أمينته العامة السيدة "لويزة حنون " المرأة الأولى التي تقود حزبا سياسيا في الوطن العربي،¹ و أول مرشحة على المستوى الوطني و العربي لانتخابات رئاسية في عام 1999.

المبحث الثاني: أشكال و قنوات اتصال الأحزاب

حزب سياسي : فقد تعددت تعريفات الأحزاب نظرا لتعدد الجوانب التي يمكن النظر منها إليها، فالأحزاب ظاهرة سياسية مركبة يصعب النظر إليها من جانب واحد و بالتالي و يجب دراستها من جوانب متعددة، فتاريخ الأحزاب و نشأتها يهتم بها المؤرخون ،و أما تنظيمها و أحكام إنشائها وحلها، مسائل يختص بها رجال القانون ،أما الوسط السياسي الذي تعمل فيه و طبيعة العلاقات فيما بينها مسائل تدخل في اختصاص علماء السياسة²

كما أن هنالك اختلاف بين المفكرين الغرب حول تعريف الأحزاب السياسية ففريق منهم يركز على تنظيم الحزب ووظائفه وفريق آخر يهتم بالجانب العملي للعملية السياسية و هنالك من يعتمد في تعريف الحزب على المعيار القانوني و الاجتماعي ... الخ

وعليه نجد أن المفكر الفرنسي مريس دوفر جي (Maurice DUVERGER) يركز على الجاني

التنظيمي للحزب فيقول أن

"الحزب السياسي ليس جماعة واحدة، وإنما عبارة عن تجمع عدد من الجماعات المنتشرة عبر إقليم الدولة شرط أن يربطها الرابط التنظيمي الذي يقوم على أجهزة الحزب المختلفة"³

من جانبه عرف ريمون أرون (Reymond ARON) الحزب من منطلق الوظائف الذي يقوم بها

وفي هذا الصدد يذكر أن الأحزاب هي عبارة عن:

¹ - سلمية رابحي ، مرجع سابق ،ص.65.

² - نبيلة عبد الحليم كامل، الأحزاب السياسية في العالم المعاصر، القاهرة، دار الفكر العربي، 1982، ص. 71.

³ -Maurice DUVERGER, les parties politiques, Paris :librairie Armond Colin , 1981,p178

"تنظيمات تضم مجموعة من الأفراد التي تدين بنفس الرؤية السياسية، وعمل على وضع أفكارها موضع تنفيذ، من خلال سعيها الدائم لتولي الوظائف الحكومية و حدها أو بالتحالف مع أحزاب أخرى"¹
أما الموسوعة العربية فتعرف الحزب بأنه "مجموعة من المواطنين يؤمنون بأهداف سياسية والإيديولوجية مشتركة و ينظمون أنفسهم بهدف الوصول إلى السلطة و تحقيق برامجهم"²
أما الأستاذ طارق فتح الله خضر يرى بان الحزب:

"عبارة عن جماعة من الأفراد هدفها الوصول إلى السلطة للعمل على تنفيذ برنامج سياسي معين، وذلك بالطرق والوسائل المشروعة"³

الحزب السياسي هو عبارة عن جماعة منظمة، تتقاسم رؤية مشتركة تخص طريقة تسير الحياة السياسية و تسعى هذه الجماعة إلى إقناع أكبر عدد ممكن من المؤيدين لأفكارها من خلال تفعيل الإتصال بينها وبين الجماهير باستغلال جميع القنوات الاتصالية المتاحة لها، ومن ثم تحقيق هدف الوصول إلى السلطة لتطبيق البرنامج المقترح.

المطلب الأول: أشكال الإتصال الحزبي:

تحظى عملية الإتصال بأهمية قصوى في تنظيم و ترقية الأحزاب السياسية ولا سيما في عصر الديمقراطية والتواصل الجماهيري إذ تفرض الوظائف الجديدة للحزب على قادة الأحزاب ومؤسساتها تطوير وسائل الإتصال الداخلية والخارجية.

فمن غير الممكن للحزب أن يستقطب الناخبين ويستقضي آراء الجمهور وصولا إلى التجنيد السياسي وتعبئة الجمهور سياسيا والتأثير فيه وتجنيد بدون عملية تواصل فعالة ومتطورة.

الاتصال عند الأحزاب السياسية لا ينبغي أن ينحصر أثناء الانتخابات، بل على الأحزاب أن تكون الممثل الدائم للمواطنين في مختلف الأنشطة البرلمانية والحكومية، فلا يمكن أن تكون واجهة الانتخاب و جمع الأصوات فحسب، بل الاهتمام بزرع في الأفكار و الإيديولوجيات البحث عن الحلول لجميع المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وعليه فإن للاتصال الحزبي دورا مهما في تنفيذ أهداف الحزب السياسي و تحسين أدائه و زيادة جمهوره، فالإتصال الداخلي المرن يساهم في تعزيز العلاقات والروابط مع هياكل و مستويات الحزب الداخلية.

أما الإتصال الخارجي يساهم في ربط الحزب بالمكونات الأخرى للساحة السياسية لاعتباره نظاما مفتوحا على البيئة، و هذا ما يسمح بتحديد مواقف الحزب مقارنة بالسلطة القائمة و جعل المواطنين يتعرفون عليه و يساندونه "⁴.

¹ - Daniel-Louis SEILER, les parties politiques, Paris, Dalloz et Armond Colin 2000, p 23 .

² - عبد الوهاب الكيالي، الموسوعة السياسية، الجزء 2، طبعة 2، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1991، ص. 310.

³ طارق فتح خضر، أنواع الأحزاب السياسية "مجلة العلوم الإدارية"، العدد 117، مصر، أكتوبر 1988، ص. 44

⁴ - سليمة رابحي، مرجع سابق، ص 129 .

فالحزب السياسي يمارس نوعين من الإتصال داخلي و آخر خارجي.

أولاً: الإتصال الداخلي:

لا يمكن تصور حزب سياسي دون اتصال داخلي يعمل على تنظيم العلاقة بين الأعضاء و كافة الأقسام و الفروع ، و يجعل عملها متكاملًا و منسجمًا من حيث الأدوار و الأهداف التي تخدم نشاط الحزب و بالرغم من أهمية هذا النوع من الاتصال و اعتباره من أهم عوامل نجاح و تفوق الحزب إلا أنه قد يعتبر في كثير من الأحيان السبب في فشله من حيث عدم قدرته على معالجة المشاكل التي تعرقل نشاطه. و عليه تكون الأحزاب السياسية في أمس الحاجة إلى تطور اتصالاتها الداخلي المعتمد على توضيح معطيات النشاط الحزبي ، و شرح مختلف الأهداف و السياسات التي تتبعها لمجموع أعضائها ، و السماح لهم بالمشاركة في اتخاذ القرارات و تحديد توجهات الحزب الكبرى ، و هكذا تنجح في تعزيز الديمقراطية داخل الحزب و تشجع على اتخاذ المواقف الجماعية ، و هذا ما يؤكد الباحث سالم بن عمرو بقوله:

" أن الاتصال الداخلي يساعد جميع مكونات الحزب على المساهمة بفاعلية في الحياة السياسية

للحزب و في جميع أنشطته و قراراته ، و يتم ذلك عن طريق مناقشة برنامج الحزب و إبداء الرأي و الأفكار و الاقتراحات بخصوصه و تؤدي هذه الممارسة إلى منح الثقة لممثلي الحزب و مسؤوليه و كذا إلى تنوع الأفكار و اختلافها و بالتالي اختيار الأفضل و الأقرب منها إلى الصواب، فالأحزاب تكون مجبرة على فتح نقاشات داخلية بالشكل الذي يسمح بصعود آراء و مطالب القاعدة و ضمن هذا الإطار تعتبر المؤتمرات الدورية و اجتماعات الأحزاب و هيئاتها التحضيرية مناسبة مفضلة للإتصال بين المسؤولين و المناضلين ، خاصة عندما يعترف بدور الأعضاء و المناضلين و يتم إشراكهم في مختلف توجهات الحزب " ¹.

نفهم مما سبق أن تماسك الحزب و تحديد العلاقة بين أفراده و أعضائه تتم من خلال الهيكل التنظيمي الذي يقتضي نظام تواصل مرن و قادر على نقل المعلومات و التعليمات و التوجيهات و انسيابها بين مستويات التنظيم بشكل منظم و ثنائي و تفاعلي ليكون حزبا و تنظيمًا عصريًا و مرنا يستطيع الاستجابة للمتغيرات التي تحدث في تركيبة المجتمع و يواكب المتغيرات و التفاعلات و حتى الصراعات التي تحدث في بنية المجتمع و التي تنعكس على بنية الحزب و التنظيم و على هياكله الحزبية لتمكنه من الحياة و تعطيه القدرة على قبول المتغيرات دون أن تحدث به هزات و انشقاقات و صراعات تؤدي إلى تشطي الحزب و دخوله في موت تنظيمي و انعزال عن المجتمع و عن قضاياها. و يستطيع العلماء و المنظمات و الهيئات المهمة بدراسة الأحزاب و التنظيمات السياسية الحكم و تصنيف هيكلي و بنية التنظيم و يحكمون على الممارسة الديمقراطية داخله فيما يسمى " الديمقراطية داخل الأحزاب " بالنظر إلى عملية الاتصال الساندة في الحزب و التنظيم ، و هنا يرى الباحث فائز سالم بن عمرو أن

¹ - فائز سالم بن عمرو، الإتصالات التنظيمية و التواصل داخل الأحزاب ، على الرابط:

http://alkheel.net/index.php?option=com_content&task=view&id=173&Itemid=63

" الأحزاب ذات الهيكلة والبنية التنظيمية المرنة والمتطورة والمتحركة هي التي تشهد اتصالات متبادلة وثنائية وتسود في جميع مستويات الحزب القيادية والقاعدية والوسطية كما أن هذه الاتصالات تمتد للتفاعل مع البيئة الخارجية والجمهور وتسمح لقيادة الحزب برسم السياسات والخطط والبرامج، وفق ما يريده الجمهور والمحيط وتستجيب لرغبات المواطنين ، أي تكون معبرة عنهم ولا تنوب عنهم ، أما الأحزاب ذات البنية التنظيمية الجامدة والصلبة تشهد عملية اتصال أحادية وتكون لتمرير القرارات والتكليفات وهي تفرض على الجمهور نظرة فكرية أو أيولوجية وتجعلهم يحكمون ويتواصلون مع المواطنين من خلالها ، وبمقدار التنسيق والترابط والعلاقة القائمة والتفاعل الإيجابي أو التشاركي بين الاتصالات الداخلية والخارجية والتي تنشأ بين مستويات الحزب المختلفة يحكم على الحزب بأنه حزب ديمقراطي أو حزب مركزي تسلطي فردي"¹.

الاتصال الخارجي :

الأحزاب السياسية تتسابق دائما لتشكيل الإرادة العامة للمواطنين و التأثير على الرأي العام التمكن من ممارسة الوظائف الحكومية أو تمثيل المواطنين في المجالس التشريعية ، غير أن هذا الأمر لا يتحقق إلا بإيلاء الأهمية الكافية للأساليب و تقنيات الاتصال الخارجي التي تساعد على التواصل مع جمهور المواطنين ، و بناء جسور الحوار و التنسيق مع جمعيات المجتمع المدني و الهيئات السياسية الأخرى و التعرف على المشاكل المطروحة و مناقشة سبل حلها ، هذا دون أن ننسى تواصلها مع أجهزة الإعلام المختلفة و تزويدها بأخبار الحزب و بياناته و مواقفه و أنشطته .

تقوم الأحزاب السياسية بشرح برامجها للمواطنين قصد استمالتهم و تجنيد المزيد من المناضلين وبالتالي التفوق على غيرها ، و حتى يستمر وجودها تعمل الأحزاب على وضع إستراتيجية للتواصل تعتمد على البساطة و الاهتمام باقتراح² حلول ملائمة لكل القضايا التي تشغل اهتمام المواطنين ، مما يعزز قواعدها و يدعم نجاحها و يطور إيديولوجيتها بما يتماشى مع مختلف المطالب المثارة داخل المجتمع.

إن استحالة متابعة المواطن البسيط لجميع النقاشات و القضايا التي تدور في السلطة يجعل هدف الإتصال هو تبسيط هذه النقاشات و اختزالها و تقديم تحليلاتها الدائمة للأوضاع و اقتراح الحلول المناسبة حسب رؤيتها الخاصة ، كما تهدف من وراء نشاطاتها الاتصالية إلى إعلام الرأي العام، وتوعيته حول السياسة المتبعة من طرف الحكام و إبراز مواقفها منها ، و كذا المشاركة في عملية البحث عن الوسائل الناجعة لجعل المواطن يهتم بالشؤون العمومية العامة.

وهذا ما أشار إليه الأستاذ سعيد بوشعير :

تسعى الأحزاب عند قيامها بهذه العملية -الإتصال الخارجي- إلى توطيد نفوذها ، إما بكسب ثقة المواطنين في حالة ممارستها للسلطة و إما بالضغط على الحكومة في حالة المعارضة و بذلك تصبح

¹ - بن سالم بن عمرو، مرجع سابق، ص. 2.

² - مليمة راجي، مرجع سابق، ص. 132. بتصرف.

هي السبعية للرأي و الناقله له ووسيطا بين السلطة السياسية و الرأي العام بما أنها تسعى لرفع مطالب المواطنين إلى أعلى هيئة حاكمة¹.

إن عملية إعلام و تعريف المواطن بقرارات السلطة السياسية من الوظائف الأساسية التي تقوم بها الأحزاب داخل الأنظمة الديمقراطية التعددية.

إن الأحزاب الجزائرية تمارس اتصال خارجي

المطلب الثاني : قنوات إتصال الأحزاب السياسية

تتواصل الأحزاب السياسية من خلال ثلاث قنوات أساسية حددتها بيبي نوريس في: " الحملات التقليدية المرتكزة على كثافة الأشخاص، والحملات الإذاعية والتلفزيونية وحملات الانترنت"².

2-1 الحملات الانتخابية التقليدية المرتكزة على كثافة الأشخاص:

ساد هذا النوع من الإتصال في القرن التاسع عشر في أوروبا مع ظهور الحق في الانتخاب والترشيح، وقد استمرت إلى حدود الخمسينات مع انتشار وسائل الإعلام والاتصال في الدول الغربية فيما لا يزال هذا النوع هو السائد في الدول النامية.

ويعتمد هذا النوع على الولاءات الاجتماعية والحزبية وعلى شبكات المتطوعين والتواصل وجهًا لوجه التي يترأسها الرئيس أو قائد الحزب محاطًا بحاشيته ومستشاريه، ويشترك فيها رجال السياسة ومتطوعو الحزب والجماهير، وتقام في أماكن عامة أو عبر الطواف من باب إلى باب أو من حي إلى حي أو في مقرات الأحزاب، وحتى في الولايات المتحدة نفسها: " تتواصل سياسة المصافحة وتقبيل الأطفال- في انتخابات نيوهامشير الأولية، والمؤتمرات الحزبية في الدوائر أو الولايات، والانتخابات العامة، أعلق الأمر بالمرشحين الذين يلتقون الناشطين في المنازل، أو المطاعم المحلية، أو بعرض اللافتات أو الشارات و الملصقات الضخمة"³.

ومن الوسائل التي يمكن أيضا استعمالها من طرف الأحزاب السياسية في الحملات الانتخابية

المرتكزة على استمالة أكبر عدد من الناخبين واستقطابهم ذكرت بيبي نوريس ما يلي:

" المهرجان المحلية، الاجتماعات الحاشدة، اللافتات الغنية بالألوان، الرايات النشرات الإشهارية لوحات الإعلانات الضخمة، العمل في الدائرة الانتخابية الذي يؤديه المرشحون البرلمانيون، ومن خلال جولات قادة الأحزاب في البلدان الصغيرة، النصوص المرسلة بالهاتف، البريد الإلكتروني الجماعي، والحملات القائمة على الاتصالات الهاتفية" بالإضافة إلى توزيع النشرات والكراسات والكتيبات واللافتات والملصقات والشارات اللاصقة.

¹ - سعيد بوشعير: القانون الدستوري والنظم الدستورية المقارنة، (الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 7)، 2005، ص 127.

² - بيبي نوريس، مرجع سابق، ص. 6. يتصرف

³ - نفس المرجع، ص. 10. يتصرف

ويتميز التواصل الحزبي أو الانتخابي المبني على الحشد والتعبئة واستمالة أكبر عدد ممكن من الجمهور بما يلي:

- تنظيم الحملات على أشكال مباشرة من الاتصال الشخصي وجها لوجه بين المرشح والمواطن .
- استغلال الأحزاب تعاطف الصحف في الإعلام الإخباري لإيصال رسالتها إلى الجمهور.
- ارتباط هذا التواصل بالعلاقات الاجتماعية الحميمة والولاءات والالتزامات الحزبية.

2- الحملات الإذاعية والتلفزيونية:

منذ خمسينات القرن الماضي بدأت الأحزاب السياسية في توظيف الإعلام المرئي والمسموع في توصيل حملاتها الانتخابية ورسائلها السياسية وخطابات قادتها والأحداث الانتخابية من خلال البرامج الإخبارية التي ينقلها التلفزيون الرسمي، في محاولة منها لفصل الجمهور عن الولاءات الحزبية والجماعية التي يعتمد عليها التواصل المرتكز على كثافة الأشخاص.

فصارت هذه الأحزاب توظف مجموعة من الإجراءات التي تخدم هذا التواصل مثل: " إجراءات استفتاءات لرأي، وتصميم للإعلانات وترتيب جولات القادة الانتخابية، والمؤتمرات الصحفية وفرص التصوير، والتعامل مع الصحافة، وبذل كل جهد للهيمنة على نشرة الأخبار التلفزيونية المسائية"¹.

وكان من نتائج استعمال الإذاعة والتلفزة في الحملات الانتخابية تسليط الضوء على قادة الأحزاب والزعماء السياسيين على حساب القضية والفكرة والبرنامج السياسي أو الحزبي وهي ظاهرة تنتشر خصوصا في الانتخابات الرئاسية في الدول الغربية.

وقد أتاح التلفزيون والإذاعة أيضا للأحزاب فرصة تنظيم حملات أكثر تنسيقا وأكثر نجاعة وخصوصا مع تطوير الأحزاب لاستراتيجياتها السياسية والانتخابية، واعتمادها في هذا الإطار على خدمات وخبرات "المدرء الإعلاميين المتخصصين والمسؤولين الصحفيين، وخبرات العلاقات العامة، ومستشاري الإعلانات، ومنظمي استفتاءات الرأي العام، وجامعي التبرعات المحترفين"².

غير أن تكلفة توظيف واستغلال الإذاعة والتلفزة في الحملات ليست بالبسيطة، فقد تزايد تأثير كل هؤلاء المتدخلين على توجهات وقرارات ومواقف الأحزاب، ودخلت على الخط كذلك جماعات الضغط التي تنزل بثقلها في اختيارات الأحزاب وسياساتها الداخلية والخارجية، في مقابل تغطية تكاليف الحملات الانتخابية الباهظة والمرتفعة أموال كبيرة للدعاية والتسويق هذا من جهة.

¹ - بيا نوريس، مرجع سابق، ص. 14. يتصرف

² - نفس المرجع، ص. 12. يتصرف

و من جهة أخرى ، فقد لوحظ ظهور تغير على مستوى الجمهور الانتخابي الذي لم يعد يدين بالولاء للأحزاب على أساس التعبئة والحشد، بل أصبح أكثر فعالية وتفكيراً في دعم الأحزاب المختلفة على أساس الظرفية المرتبط بنجاعة سياستها وفعالية أدائها في حل مشاكل الجماهير.

و كان من نتائج الثورة الرقمية والانفجار المعلوماتي الذي يشهدها في عصرنا الحالي: " أن فقدت الأحزاب السياسية القدرة على استقطاب الناخبين وجها لوجه، فاضطرت إلى الاعتماد على القنوات غير المباشرة (الاتصال السمعي والبصري)، ك بث الخطابات القيادية تلفزيونياً، وإقامة المناسبات الخاصة بالحملات والمهرجانات الحزبية".¹

2-3 حملات الإنترنت و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة:

مع انفتاح شبكة الإنترنت على الاستعمالات خارج الإطار العسكري والعلمي في بداية تسعينيات القرن العشرين، تهافت المؤسسات السياسية والأفراد الفاعلون في الميدان لتوظيفه في أنشطتهم وحملاتهم، وهو ما أدى بالفعل إلى تحولات عميقة على مستوى المفاهيم التقليدية السائدة نظرياً وتطبيقياً، حيث ظهرت مفاهيم مرتبطة بهذه الرسالة التواصلية كالحكومة الإلكترونية" والمواطن الكوني"، والتصويت الإلكتروني "والتفاعلية وغيرها.

بما أننا نعيش اليوم عصر تكنولوجيا الاتصال و المعلومات فإن تطبيقاتها باتت ضرورة حتمية على جميع الأحزاب و المؤسسات السياسية توظيف خدمات هذه التكنولوجيا و تحديدًا شبكة الإنترنت لترويج الأفكار السياسية.

الإنترنت أضح مجال حيوي و مفتوح لتقديم صورة عن الحزب و التعريف به و برامجه السياسية وتبقى ميزة هذا المجال أنه البوابة المثلى لمخاطبة شرائح مهمة من المواطنين يصعب في العادة دفعهم من أجل المشاركة السياسية ، واقتناعهم بالذهاب إلى صناديق الاقتراع – خاصة شريحة الشباب – وإقامة جسور التبادل و التفاعل معهم عبر البريد الإلكتروني دون رقابة و انتقاء .

كما أصبح الإنترنت منبرا اتصاليا يتيح الأحزاب فرصة العلاقات المباشرة فيما بينها أو مع السلطات أو الجمهور العام بصورة أنية تفاعلية عن طريق المواقع الإلكترونية و مجموعات النقاش و عبر مختلف أنماط الإتصال الأخرى .

و أصبح للأحزاب بفضل الإنترنت قناة جديدة للاتصال السياسي تساعدها في عملية الاقتراب من الناخبين والأفراد المولعين بالسياسة ، سيما و أنها لا تتطلب إلا بعض التطبيقات التفاعلية و تتميز بسرعة الوصول إليها وبسهولة تقنيها ، حيث تحتاج فقط لجهاز كمبيوتر وتصميم موقع خاص يمكن تشغيله من طرف شخص واحد .

¹ - بيا نوريس ، مرجع سابق ، ص. 15. يتصرف.

الإنترنت سهل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تدخل من الحكام أو رجال المال الذين يحتكرون ملكية وسائل الإعلام لأن توفير المعلومات يعتبر أول خطوات التغيير، وقد كان احتكار أهل السلطة والثروة للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها.

كما مكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده الحزب دون تدخل موجه من رجال الإعلام الذين اعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تخدمهم على حساب المرسل الأصلي ورسالته، بل قد يقدمون الرسالة بصورة تخدم نقيض ما أراد مرسلها، أصبح الأمر يتطلب تحرير رسالة تعبئة وإرسالها إلى العناوين الإلكترونية لآلاف الناس في لحظة واحدة أو نشرها على مواقع معينة في الشبكة الإلكترونية ليطلع عليها الآلاف¹.

في الأخير يمكن القول أن ثورة الاتصالات والمعلومات تساهم بشكل أو بآخر في تعزيز و تدعيم دور الأحزاب السياسية.

فضلا عن إتاحتها المزيد من وسائل وأساليب الاتصال والإعلام الجديدة من أجل نشر أفكارها وبرامجها السياسية والتعريف بأنشطتها وتقديم الإطارات السياسية والقيادية بها بل واستقطاب أعضاء جديد في صفوفها.

كما توفر شبكة الأنترنت في الحقيقة اتصالا مباشرا بين المواطنين والسياسيين وتسمح للطرفين بتجاهل وسائل الاتصال الوسيطة، وهنا تبرز قدرة الشبكة على التغيير حيث يمكنها أن تقدم لبيئة الإتصال السياسي قواعد وقيما تختلف عن السائد اليوم، وربما تدفع وسائل الإعلام التقليدية للبحث عن ما يقبل عليه الجمهور، وبعد انتشار هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة فإن علاقات السياسيين والجمهور ووسائل الإعلام القديمة لن تصبح كذي قبل.

وعلى مستوى خطاب هذه الحملات الانتخابية فقد ساهم توظيف الانترنت في: "تجزئ الخطاب السياسي إلى مجموعة تيمية (thématique) أو بشرية محددة تساعد المرسل السياسي على توسيع دائرته الاتصالية وتبليغ خطابات منسجمة بشكل مباشر مع خصوصيات الجمهور المستهدف"². ومن الوظائف التي يمكن للانترنت أن يلعبها بالإضافة إلى التفاعلية المساعدة على جمع الدعم المالي، وجذب منخرطين جدد، تنظيم الحملة على أسس إستراتيجية، وجمع المعلومات الارتجاعية، وإيصال رسالتها إلى جمهور مشنّت وغير معروف وغير محدود.

¹- محمد بن المختار الشنقيطي، الإنترنت... ثورة الفقراء في عصر التواصل، الموقع الإلكتروني

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/08806D71-3787-40EC-AE139CBA977E1A.htm>

²- بيا نوريس، مرجع سابق، ص. 19 بتصرف.

وكما رأينا سابقا يعتبر هواردين مثالا يقتدى به في توظيف هذه التقنية في انتخابات 2004 عندما تجاوز استخدام الانترنت لجمع الأموال والتواصل الإعلامي إلى تشجيع المناصرين على لقائه شخصيا، مستحدا إمكانات غير مطروقة للاستراتيجيات المرتكزة على كثافة الأشخاص.

وبالإضافة إلى الانترنت، يمكننا أن نشير أيضا إلى الدور الذي تسهم به تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كآلات الفاكس، والهواتف المحمولة، والبريد الإلكتروني، والمدونات والمنديات ولوائح البريد الإلكتروني الجماعية، وأجهزة الحاسوب وما توافره من قواعد بيانات الناخبين والمؤتمرات الافتراضية في: "مساعدة الأفراد المنعزلين، بشكل خاص، الذين يملكون آراء قوية نسبيا، لكنهم لا يعون وجود الآخرين الذين يشاطرنهم هذه الآراء، كما يمكن استخدامها بفعالية كبيرة لتنظيم هؤلاء الأشخاص.

لقد بات من المطلوب على الأحزاب السياسية والمرشحين للانتخابات أن يعملوا على توظيف قنوات التواصل الثلاث التي سبق أن تحدثنا عنها في إطار إستراتيجية شاملة ومحددة من خلال المزوجة بينها وتقديم إحداها على الأخرى وفق مجموعة من العوامل من بينها مدى توافر قنوات التواصل الحديثة ومستوى الوصول الاجتماعي إليها وطبيعة الانتخابات هل هي محلية أو إقليمية أو وطنية، وكذا نوع النظام الانتخابي، والقوانين المنظمة لهذه الانتخابات، والموارد التنظيمية والمالية لكل حزب.

المبحث الثالث: علاقة الأحزاب السياسية الجزائرية بالمجتمع والسلطة:

المطلب الأول: علاقة الأحزاب السياسية الجزائرية بالمجتمع:

إن الأحزاب السياسية هي منتج اجتماعي وثقافي أفرزه المجتمع من أجل تمثيله في مختلف المناسبات للتعبير عن مطالبه وتوصيل انشغالاته لصاحب صانع القرار وتحدد طبيعة علاقة الحزب بالمجتمع حسب موقع الحزب من السلطة، فعندما تكون هي الحاكمة -الأحزاب- تظهر بأنها تعمل على تحقيق المصالح الاجتماعية للجمهير، وبقدر ما تحققه من إنجازات وتلبية رغباتهم بقدر ما تتمكن من البقاء في السلطة كما تقوم الأحزاب السياسية التي تتولى الحكم بالتأييد لمشاريع الحكومة ومنع سقوطها وتلعب دورا مكثفا لنشاطها، فنجد الحزب يقوم بالتوعية أو التعبئة لإنجاح برنامج الحكومة الذي هو في نفس الوقت برنامج الحزب والعمل على إضفاء الشرعية على أعمالها وجلب التأييد الشعبي لها وللحزب معا. أما الأحزاب التي لا تمارس الحكم فينصب دورها في المعارضة ومراقبة الأعمال الأحزاب أو الحزب الذي يتولى الحكم، وكشف أخطائه وأخطاء حكومته أمام الرأي العام فتنتقد تصرفاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتسعى لمحاسبتها وإحراجها في البرلمان ومساءلتها سياسيا، بالإضافة إلى تشجيع الأفراد على الممارسة السياسية والانضمام إليها وتأييد رأيها لكسب أنصار ومؤيدين جدد كي تصل بأصواتهم إلى السلطة أو المشاركة فيها.

في هذا السياق يرى الأستاذ "عيسى جرادى" أن تحديد طبيعة العلاقة التي تحكم الأحزاب الجزائرية بالمجتمع تتم من خلال التركيز على ثلاث نقاط أساسية وهي:

أولاً: إنعكاس "التركيبة البشرية" لهذه الأحزاب للبناء الاجتماعي و الثقافي للمجتمع.

ففي أفريل أحصت وزارة الداخلية أزيد من سبعين حزبا.. غير أن هذا العدد الهائل لا يعكس تنوعا مماثلا في التركيبة الثقافية و تحديد الفكرية للمجتمع الجزائري،... الذي يتميز بالتجانس فالدين واحد و المذهب و اللغة العربية هي السائدة حتى في ظل الحديث عن لغة ثانية، كما لا يمكن الحديث عن تباين عرقي واضح المعالم يمكنه أن التمييز بين الجزائريين "خاصة إذا قرن ببعض الدول العربية كمصر مثلا أين يتعايش المسلمون مع المسيح .

فالأحزاب الجزائرية برغم من اختلاف توجهات -وطنية، إسلامية، لانكية- فهي لا تعكس في حقيقة الأمر التركيبة البشرية للمجتمع الجزائري فالفاصل هنا كما يقول الأستاذ عيسى جعدي " فاصل سياسي" ثانيا: تأثير الوعي السياسي -الانتخابي- على حسن اختيار بين البرامج في العلاقة بين الأحزاب و المجتمع.

إن الوعي السياسي مرتبط في الجزائر بعدة عوامل منها الفعل الميداني للأحزاب مدى انعكاس برامجها على أرض الميدان ، و كذلك درجة رسوخ العمل السياسي التعددي، فمثلا تم التعليق على نتائج أول انتخابات تعددية في الجزائر على أن تصويت الأغلبية لصالح جبهة الإنقاذ الإسلامي(المنحل) كان بمثابة معاقبة سلطة الشعب لحزب جبهة التحرير الوطني ، بوصفه الحزب المسؤول عن الترددي الذي لحق الجزائر وهنا يقول الأستاذ عيس جعدي :

" إن التأثير في الرأي العام يتجاوز حدود الأحزاب السياسية ، و الوعي بالواقع -كساحة حضور مكاشفة سياسية مشتركة بين مجمل فعاليات المجتمع - أساس الاختيار ... و إذا تبنى لأي حزب سياسي أن يكذب على الناخب مرة فليس بإمكانه الكذب عليه كل مرة" ¹

ثالثا: طريقة تعاطي المجتمع مع الأحزاب المناهضة لقيمه و طموحاته

سمحت تجربة التعددية الحزبية في الجزائر ب بروز عدة أحزاب قاربت إلى سبعين حزب ، جزء منها نشأ بطريقة مبتورة اجتماعيا و ثقافيا لأنها أحزاب تبنت برامج خارج سياق المجتمع الجزائري، فالأحزاب الانكية في المجتمع منبوذة و لم تتمكن من تحقيق انتشار بعيدا عن دوائرها الضيقة، فالحزب الشيوعي الجزائري الذي فشل في الانتخابات المحلية و لم يفز بأي مقعد تحول إلى منبر لترويج مقولة " الاستغناء عن الانتخابات .

في حين تظهر الأحزاب الأكثر تمثيلية و المعبرة عن طموحات و قيم المجتمع الفعلية محطة ثقة الناخب فهي يفترض أنها وفية لخطاباتها السياسية و تملك المقومات الأساسية لبناء تعددية لا تصطدم في سيرها كما في أهدافها بحق الشعب في أن تحكمه سلطة هو اختارها وليست مفروضة عليه.

رابعا: ماذا يمكن للأحزاب أن تمنح المجتمع؟

¹ - عيسى جرادى، مرجع سابق ،ص. 67.

من خلال تجربة التعددية الحزبية التي عرفها المجتمع الجزائري يمكن التمييز بين أحزاب حيل بينها وبين إنجاز ما وعدت به، وفريق آخر من الأحزاب ابتعدت كثيرا عن أداء رسالتها و سعت في إلغاء المسار الانتخابي(ديسمبر 1991) و أحزاب كشفت عن أهداف محدودة .

من خلال ما ذكر نستنتج أن الأحزاب في الجزائر مازلت بعيدة عن المجتمع فهي لم تتمكن من التقرب من فئات المجتمع خاصة منه الشباب وهي مشكلة كبيرة لان الشباب يمثل أكثر من 60 بالمائة من المجتمع الجزائري ، ولعل أحداث العنف التي شهدتها بعض شوارع الجزائر العاصمة وعدة مدن في مطلع السنة الجارية -2011-والتي سميت بانتفاضة السكر و الزيت جراء ارتفاع أسعار بعض المواد الغذائية دليل على أن الشباب في الجزائر لم يلتجأ للأحزاب للتعبير عن رفضه لقرارات رفع الأسعار ،لأنه ربما لم يجد قنوات الإتصال المناسبة أو لأنه لا يثق في هذه الأحزاب ويدري بأنها لا تملك القدرة على تغيير الأوضاع كونها أحزاب سلطة و ليست أحزاب مجتمع.

و هذه النقطة بالذات تقودونا إلى محاولة معرفة طبيعة العلاقة التي تربط الأحزاب الجزائرية بالسلطة.

المطلب الثاني : علاقة الأحزاب الجزائرية بالسلطة السياسية

تحدد علاقة الأحزاب بالسلطة في الظروف التي تتسم بالتعددية بوجود حزب أو ائتلاف يحكم مقابل حزب أو مجموعة أحزاب تعارض ، فالسلطة تنبثق من الأحزاب و لا توجد خارجها، هذا الوضع عرفته الجزائر بعد إقرار التعددية سنة 1989 و لكن لفترة قصيرة ، فقد نشأت الأحزاب المعارضة -الجديدة- في مواجهة حزب ورث الحكم هو جبهة التحرير الوطني ... غير أن وقف المسار الانتخابي في جانفي عام 1992 أوجد وضع استثنائي يعتبر شاذا بموجب المعايير الطبيعية للحياة السياسية وهنا يقول الأستاذ عيسى جعدي "فقد استولت على الحكم سلطة لا حزب لها و انتقلت الأحزاب التمثيلية إلى المعارضة وقد استمر هذا الوضع قائما إلى حين إجراء الانتخابات التشريعية و تشكيل حكومة إنتلافية من ثلاثة أحزاب فانطلقت الأحزاب إلى مربع الحكم و بقيت أخرى في دائرة المعارضة"¹ و لا يمكن معرفة طبيعة علاقة الأحزاب بالسلطة من دون أخذ بعين الاعتبار موقع الحزب من السلطة ، فعندما تكون هي الحاكمة تظهر بأنها تعمل على تحقيق المصالح الاجتماعية للجماهير ،وبقدر ما تحققه من إنجازات وتلبية رغباتهم بقدر ما تتمكن من البقاء في السلطة كما تقوم الأحزاب السياسية التي تتولى الحكم بالتأييد لمشاريع الحكومة ومنع سقوطها وتلعب دورا مكملًا لنشاطها ،فنجذ الحزب يقوم بالتوعية أو التعبئة لإنجاح برنامج الحكومة الذي هو في نفس الوقت برنامج الحزب والعمل على لإضفاء الشرعية على أعمالها وجلب التأييد الشعبي لها وللحزب معا .

¹ - عيسى جرادى، مرجع سابق ،ص. 77.

أما الأحزاب التي لا تمارس الحكم فينصب دورها في المعارضة ومراقبة الأعمال الأحزاب أو الحزب الذي يتولى الحكم، وكشف أخطائه وأخطاء حكومته أمام الرأي العام فتنتقد تصرفاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية

وتسعى لمحاسبتها وإجراجها في البرلمان ومساءلتها سياسيا، بالإضافة إلى تشجيع الأفراد على الممارسة السياسية والانضمام إليها وتأييد رأيها لكسب أنصار ومؤيدين جدد كي تصل بأصواتهم إلى السلطة أو المشاركة فيها .

ففي الجزائر نجد أن العلاقة بين السلطة وأحزاب المعارضة تميز بنوع من الصدام يتضح من خلال بعض المؤشرات منها:

- عمل السلطة على تحجيم دور الأحزاب و محاصرتها خلال ممارسة "الخنق المالي" حيث ألزمت الأحزاب بتقديم كشوف تفصيلية لماليتها، وما تملكه من عقارات و منقولات ثم كشوف إثبات مصادر الموارد المالية... الخ

- محاولة اختراق بعض الأحزاب ، وبث البلبلة فيها محاولة تفكيكها من الداخل من خلال الإيقاع بين المناضلين و إغراق الحزب في دوامة صراع داخلي.

- احتكار وسائل الإعلام العمومية من قبل السلطة بما يمكنها من فرض حصار إعلامي على الأحزاب التمثيلية و العمل على التأثير على مواقفها بشويه صورتها أمام الرأي العام و محاولة تحميلها تبعات الوضع المزري الذي آلت إليه الجزائر.

- تهيج الشارع ضد الأحزاب بتنظيم مسيرات شعبية ترفع لافتات التنديد بالأحزاب و اتهامها بالتواطؤ مع "الإرهاب" أو السكوت عنه أو إجازته.

- اتهام الأحزاب بتشيت الشعب، حيث قال وزير الداخلية "مزيان شريف" أن بعد أحداث أكتوبر 1988 جاءت الأحزاب السياسية و فرقت الشعب.¹

نستخلص في نهاية الفصل الثاني من الدراسة أن الإتصال الفعال يعد أحد الدعائم الأساسية للحياة الحزبية وهناك علاقة تكاملية بين الإتصال الداخلي و الخارجي، وحتى ينشط الإتصال بشقيه توظف الأحزاب مختلف الوسائل المتاحة .

و بالنسبة للأحزاب الجزائرية نجد أن دستور 1989 فتح مجال التعددية أمام مختلف التيارات و الجماعات السياسية إلى التكتل وأنشأت جمعيات سياسية تجاوزت السنين غير أن الأحزاب النشطة اليوم لا تتعد عشرة أحزاب وهذا ما يفتح مجال واسع للدراسة خاصة إذا حاولنا معرفة خلفيات طبيعة العلاقة التي تجمع الحزب بالمجتمع و السلطة.

¹ - عيسى جرادى، مرجع سابق، ص. 97.

الفصل الثالث

تحليل المواقع الإلكترونية الحزبية

يتطرق هذا الفصل من الدراسة إلى تحليل المواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية الجزائرية التي تم تحديدها وفقا لمعايير المذكورة سابقا .

و يهدف تحليل المواقع إلى معرفة طريقة تسيير الأحزاب لمواقعها الرسمية مع التركيز على دوافع استخدامها و تاريخ نشأة هذه المواقع.

فالمواقع الأربعة هي:

- موقع حزب جبهة التحرير الوطني
- موقع حزب التجمع الوطني الديمقراطي
- موقع حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية
- موقع حركة مجتمع السلم.(انظر الملحق رقم 3)

نشير بداية أنه لا توجد طريقة واحدة متفقة عليها لتحليل المواقع الإلكترونية وهذا يعد إشكال أشار إليه أستاذ الألسنية المعلوماتية بالجامعة اللبنانية الدكتور غسان مراد حيث يقول :

'التحليل المواقع الإلكترونية نحتاج إلى أدوات محددة تقدر بعدد المفاهيم و المجالات العلمية التي أدت إلى بنائها فلكل موقع نظرا لطبيعة الوسيط و للأسباب التي أدت إلى بنائه مجموعة من الخصائص لا بد من فهمها فلكل موقعا منطق اجتماعي مرتبط بحاجة بنائه و منطق جمالي مرتبط بالعملية الإدراكية لناعية الواجهة لتسهيل آلية التصفح و منطق تفاعلي لتفعيل عمليات التواصل بمعناه الحديث و منطق اقتصادي استثماري و منطق معياري من جهة البناء المعلوماتي فما نراه على الشاشة تقنيا يختلف كليا عن المصدر و منطق دعائي للموقع بحد ذاته كصورة للمؤسسة، أو للإعلان الخارجي فلا ننسى أن أحد الأهداف الأساسية للإنترنت حاليا مادي و منطق إدراكي يتداخل فيه مجموع علوم الإدراك و منطق وظيفي، فلكل إنتاج مهما كانت طبيعته وظيفة معينة ... إذن مساحة التحليل متعددة و متشابكة فنحن في المجال التواصل (رسائل، دردشة منتديات)، وفي تعددية الوسائط (صورة، صوت، نص) و التعددية في المحتوى و المستوى اللغوي.. فلكل وظيفة أو مهنة نوع معين من الشكل المعنوي و ذو أهداف موجهة حسب الحاجة وهناك أيضا تعددية في المستوى اللغوي... " ¹

و يرجع الأستاذ غسان صعوبة إيجاد منهج متفق عليه علميا في مجال تحليل المواقع- التي تزداد يوميا بشكل كبير فقد ارتفع عدد المواقع على المستوى العالمي إلى أزيد من أربعين مليون موقع نشر في مارس 2003 إلى 150 مليون موقع عام 2008 و حاليا يوجد موقع لكل ستة أشخاص و "الأبحاث في هذا المجال لازات في بدايتها."

نستنتج مما سبق أن تحليل المواقع الإلكترونية يعد مجالا جديدا تهتم به مختلف التخصصات العلمية خاصة مع التزايد المستمر لهذه البوابات الافتراضية .

¹ - غسان مراد، الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة ، الكويت ، وزارة الإعلام 2010، ص.54.

وتركز هذه الدراسة في تحليلها للمواقع الإلكترونية للأحزاب في الجزائر على مجموعة من المعايير يمكن تقسيمها على النحو التالي:

المبحث الأول: التحليل المرتبط بدرجة تطور الموقع الإلكتروني

المطلب الأول : معيار التفاعلية و تحيين -تجديد- الموقع

التفاعلية : إن كلمة التفاعلية (interactivité) مركبة من كلمتين في أصل اللاتيني أي من الكلمة السابقة (inter) وتعني بين أو فيما بين ومن الكلمة (activus) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه ممارسة بين اثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين.

إن مفهوم التفاعلية في استعمالاته الحديثة بواسطة الوسائط المتعددة يعتبر حديث العهد نسبيا ووليد العلاقات بين الناس والآلات .

ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم "التفاعلية" في بداية الـ 90 من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية.

غيرت تكنولوجيات الاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية بعدما كان شكل التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية محصورا في الرسائل الموجهة إلى القارئ بالاتصال .

في خضم هذه التطورات التكنولوجية أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي يتضمن العديد من الوهم لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية والمرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية.

يعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط (الوسيلة) وشكل الواجهة وطريقة تصميم البرنامج إذن فالتفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة مثلا التفاعلية في الإذاعة ليس نفسها في ألعاب الفيديو لذا يشير (michel sénecal) إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري والقيمة المضافة.

وعليه تمثل التفاعلية الانتصار الكبير للمعلوماتية حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا وهذا ما غير مفهوم التفاعلية بحيث أعاد منظرو ومفكرو النظريات الحديثة في الاتصال النظر في نموذج لاسويل 1948 من يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ أي تدفق الاتصال في اتجاه واحد.

في حين نجد أن التفاعل الحقيقي والناجح عن التطورات التكنولوجية الحديثة يتطلب نمودجا اتصاليا ذا اتجاهات متعددة، أيضا يرتبط مفهوم التفاعلية بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار فبالنسبة

للحرية فهي تشير إلى ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية اختيار ما يريد من الوسائل وما يرغب من المحتويات في أي وقت وبأي مكان على عكس وسائل الاتصال التقليدية هذا ما عبر عنه lucien sfiez بقوله "الحرية...تتجسد عن طريق التفاعلية الناتجة عن تقدم آلات الاتصال والتي تترك للإنسان ولل فرد حرية التدخل أمام حتمية الآلات".

وتفاعلية تعد أهم ميزة الإتصال عبر الإنترنت و التفاعلية في ذلك الحوار الذي يجمع بين زائر الموقع وممثليه السياسيين من خلال المنتديات أو افتتح فضاء لاستقبال أسئلة الزوار حول موضوع معين وطني أو دولي .

كما يمكن تجسيد التفاعلية من خلال سبر الآراء حول خطاب ألقاه الأمين العام للحزب بخصوص مسألة معينة تتبعها نتائج هذا السبر ،وفي بعض الحالات يمكن أن يجمع مسير الموقع الأسئلة التي يتلقاها من زوار الموقع حول مختلف القضايا الوطنية و الدولية و يوزعها حسب لجان التنظيمية للحزب لمعرفة موقف الحزب من هذه القضايا المطروحة .

في هذا السياق ،يمكن لزائر الموقع الإلكتروني الإتصال مثلا بممثليه المحليين من خلال توفير إمكانيات التواصل على الأقل مع رؤساء البلديات التابعين للحزب بواسطة توفير بريد إلكتروني خاص بمسؤولي الحزب ...الخ .

فالتفاعلية يمكن اختصارها في مدى حضور الزائر - بأفكاره وأسئلته- في الموقع الإلكتروني وبإسقاط طرق تطبيق التفاعلية على مواقع الأحزاب المدروسة (HAMS ، RCD، RND،FLN) نسجل أن موقع حزب جبهة التحرير الوطني الذي تم إنشاؤه سنة 2005 لا يوفر أي إمكانية للتفاعل فالزائر للموقع يمكنه ملء استمارة الانخراط وبعد ملئها يطلب منك الإتصال بالقسم لإتمام الملف.

وفي سؤال وجه إلى السيد قاسي عيسى مكلف بالاتصال على مستوى حزب جبهة التحرير الوطني عن أسباب غياب التفاعلية في الموقع أجاب بأن الحزب في بداية التشغيل الرسمي للموقع سمح بنشر تعليقات الجمهور حول مختلف القضايا المطروحة .

وأمام هذه الوضعية تلقى الحزب " تعليقات جدية "يضيف السيد قاسي وبالمقابل تلقى تعليقات تضم "كلام غير لائق يمس بالأشخاص " الأمر الذي استوجب غلق باب التعليقات.

وحسب السيد قاسي فإن التفاعلية الغائبة على مستوى الموقع تم تعويضها من خلال فتح صفحات على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك .¹

نفس الملاحظة تنطبق على موقع حزب التجمع الوطني الديمقراطي حيث تنعدم آليات التفاعل في الموقع ، فلا يوجد أي فضاء مخصص للزوار لطرح الأسئلة أو تنظيم سبر للآراء فالمتوفر هو إمكانية

¹ - مقابلة مع السيد:قاسي عيسى مكلف بالاتصال على مستوى حزب جبهة التحرير الوطني،بتاريخ 15_12_2011 مقابلة أجريت بمقر الحزب على الساعة 14: .

الإتصال بالحزب عن طريق البريد الإلكتروني للأمانة العامة للحزب و المجلس و المكتب الوطنيين بالإضافة إلى مصلحة الإتصال و أرقام الهواتف و الفاكس التابعة للمقر الاجتماعي للحزب .
و أما بالنسبة لموقع حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية فهو الآخر لا يوفر أية إمكانية للتفاعل ماعدا ملء استمارة الانخراط .

في حين نسجل أن موقع حركة مجتمع السلم يوفر إمكانية المشاركة في سبر الآراء مع النشر المستمر لنتائجه .

وفي سؤال وجهه بن خالد عبد القادر مسير الموقع عن غياب التفاعلية في الموقع و استخدام بسيط لسبر الآراء أجاب بأن الموقع لا يعرض سبر للرأي إلا عندما توجد قضية تهم الحزب و المجتمع مستشهدا بمثال بسبر الرأي أجراه الموقع بمناسبة الإصلاحات السياسية المزمع تنفيذها في الجزائر .
وفي هذا السياق ، أفاد السيد بن خالد بأن الموقع من الناحية التقنية يوفر إمكانية فتح حوار مباشر على شكل منتديات ولكن الحزب أراد أن يعوض هذا النوع من التفاعلات من خلال "تلقي تعليقات الزوار المتعلقة بموضوع أو مقالة تعرض في الموقع، مشيراً إلى أن موقع الحركة هو أول موقع أنشأه حزباً سياسياً في الجزائر سنة 1998"¹.

• **تحيين الموقع :** يعد معيار رنيسي في تحليل الموقع ونعني به درجة حداثة وجدة المضامين المنشورة في الموقع ،حتى لا يتحول الموقع إلى مجرد أرشيف إلكتروني موضوع على الإنترنت فالمهم هو اقتراح على الزوار مضامين ملائمة مع مجريات الأحداث وحسب تغيير مواقف الحزب.

وفي هذا الصدد ، يمكن استغلال خطابات و بيانات مسؤولي الأحزاب ليتم نشرها عبر الموقع إما بشكل مباشر أو نشرها في ذات اليوم أو اليوم الموالي على الأكثر حتى يكون للموقع جاذبية سواء من طرف المناضلين و حتى الفئات المهمة كالباحثين والصحفيين .

وفي ذات الإطار ،نشير أن نشر أجندة نشاطات الحزب أو على الأقل تحركات كبار مسؤولي الحزب من أهم النقاط الأساسية المتعلقة بمعيار تحيين الموقع الإلكتروني.

وبإسقاط هذا الجانب على المواقع الحزبية المدروسة نجد أن موقع حزب جبهة التحرير الوطني يحيين الموقع من خلال التركيز على ركن " آخر خبر " ويضم نفس الأخبار المتوفرة ضمن ركن التغطيات الإعلامية -المتواجد ضمن الركن الرئيسي الخاص بالأمين العام للحزب- حيث يتم نشر البيانات الإعلامية و المقالات الصحفية و المقابلات الإعلامية ...الخ بشكل مستمر و بفارق زمني يقدر عادة بيوم واحد عن النشر الذي يتم في وسائل الإعلام الأخرى.

في حين أن الأركان المتبقية تضم مقالات قديمة نوعاً ما ففي شهر ديسمبر لازالت مقالات نشرت بشهر جويلية وأوت من نفس السنة.

1- مقابلة مع السيد: بن خالد عبد القادر ،المسير العام لموقع حركة مجتمع السلم ،أجريت المقابلة بمقر الحزب يوم 14 - 10 - 2011 على الساعة 10:10 صباحاً.

يشار أن الحزب ينشر الإحصائيات المتعلقة بزوار الموقع مقسمة حسب عدد الزوار في اليوم والأسبوع.

أما موقع حزب التجمع الوطني يضم معلومات قديمة ماعدا ركن "أخبار" الذي يتم تجديده بشكل بسيط حيث نشر بتاريخ 10 ديسمبر 2011 ضمن ركن أخبار رسالة تهنئة بعثها الأمين العام إلى الشعب الجزائري بمناسبة إحياء ذكرى 57 لثورة نوفمبر المجيدة.

و الملاحظ أن الحزب يوفر إمكانية تحيين الموقع من خلال المكاتب الولائية، حيث بإمكان المناضلين نشر نشاطات الحزب على المستوى الولائي، حسب ما أفاد به السيد عبد المالك قيرا المكلف بتسيير الموقع فالموقع يوفر إمكانية تصفح مستجدات الحزب على مستوى كل ولاية بمجرد الضغط على اسم الولاية الموجودة ضمن خريطة الجزائر المقسمة حسب الولايات.¹

وعند تصفح هذا الجزء، تجد معلومات قديمة وفي بعض الولايات تم تسجيل غياب تام للمعلومات. في حين تبقى المعلومات المتواجدة بالأركان المفصلة قديمة ففي نفس التاريخ -10 ديسمبر 2011- بث في ركن "الحركة الجموعية و المجتمع المدني" تقرير الدورة الثالثة للمكتب الدائم للإتحاد النسائي العربي وتم نشر المقال بتاريخ 29-11-2006 وبصورة عامة يمكن القول بأن الموقع غير محيين ولا توجد إحصائيات متعلقة بزوار الموقع.

أما حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية فيضم عددا قليلا من الأركان أربعة أركان بالعربية وخمسة أركان بالفرنسية بالإضافة إلى عرض مقالات "بالصفحة الرئيسية" وهي محينة مقارنة مع المعلومات المنشورة ضمن الأركان فهي قديمة .

نلاحظ أن موقع حركة مجتمع السلم محين، خاصة من حيث "أخبار الحزب" فزائر الموقع يجد أخبارا تنشر لأول مرة وفي هذا الإطار سجلت نشر بتاريخ 5 ديسمبر 2011، بيانا للحركة حول الإصلاحات السياسية التي جاء بها الرئيس بوتفليقة في اليوم ذاته الذي انعقد فيه الاجتماع و بعد ذلك تداولته الصحافة .

وحسب السيد بن خالد عبد القادر فإن الحركة تقوم بتحيين الموقع من خلال جمع التقارير التي تأتي من 48 ولاية ويتم فرزها على المستوى المركزي بالجزائر العاصمة لتبث في الموقع بعد معالجتها. والتحيين يتم كل يوم أو يومين على الأكثر.

و عليه فموقع حركة مجتمع السلم هو الموقع الوحيد الذي ينشر بانتظام أجندة النشاطات الحركة سواء كانت وطنية أو دولية .

1- مقابلة مع السيد قيرا عبد المالك، المسير العام لموقع حزب التجمع الديمقراطي، أجريت المقابلة بمقر الحزب يوم 14 - 10 - 2011 على الساعة 10:10 صباحا

المطلب الثاني: معيار استخدام الوسائط المتعددة ،خريطة الموقع وسهولة التصفح

• معيار استخدام الوسائط المستخدمة :

يتم تسليط الضوء على استخدام الصورة و الصوت في تقديم مضامين عبر الموقع و إمكانيات النقل المباشر للاجتماعات التي ينظمها الحزب وكذلك الاجتماعات التي تتم داخل الموقع الاجتماعي للحزب و ليس التحليل السميولوجي للصور و الألوان المستخدمة .

حزب جبهة التحرير الوطني يوظف الفيديوهات المتعلقة بالأنشطة التي يقوم بها الحزب و البالغ عددها 143 فيديو متوفرة عبر موقع الحزب في موقع اليوتيوب وهي ذات نوعية جيدة تتنوع بين خطابات الأمين العام خاصة خطابات المؤتمر السابع للحزب و الحصاص التلفزيونية .

أما بخصوص الصور فان موقع حزب جبهة التحرير الوطني يوفر إمكانية تصفح صور الحزب على موقع متخصص في الصور هو فليكر .

أما موقع التجمع الوطني الديمقراطي يوظف الوسائط المتعددة بشكل مبسط فبمجرد أن تفتح الصفحة تقابلك مجموعة من الفيديوهات قبل رؤية أركان الموقع ، وهي موضوعة حسب التسلسل الزمني وتتوفر بعض الفيديوهات في بعض الأركان حسب الموضوعات المقترحة .

أما في ما يتعلق بالصور فإن الحزب يركز على صورة الأمين العام للحزب -أحمد أويحي- و صور أعضاء الحزب بالمجلس الشعبي الوطني مرفوعة بالبريد الإلكتروني لكل نائب مع غياب أجندة نشاطات الحزب باستثناء أجندة عادية -خاصة بالأيام-.

موقع حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية يوفر فيديوهات تظهر بمجرد فتح صفحة الموقع وهي في مجملها تسجيلات لتدخلات نواب الحزب في الجلسات العلنية للمجلس الشعبي الوطني.

أما موقع حركة مجتمع السلم فإنه يستخدم الفيديوهات بشكل خاص من خلال تواجده عبر اليوتيوب عبر ما يسمى بقناة حمس ، بها ومضة إشهارية للقناة تتبعها فيديوهات موضوعة حسب الأنشطة.

ويتم عرض هذه الفيديوهات بدون معالجتها ، وفي الإجابة عن سؤال وجه لمسير الموقع السيد بن خالد حول معالجة الفيديوهات وتحليلها أجاب بأن الحركة تحاول تحسين الموقع من "خلال إنشاء نادي السمعي البصري يتكفل مستقبلا بمعالجة هذه الفيديوهات .

• خريطة الموقع وسهولة التصفح-الوصول إلى المعلومات :

تعد طريقة تصميم الموقع من حيث توزيع أركانه على الصفحة الواحدة أو ما يعرف بخريطة الموقع عنصرا مهما في تنظيم المعلومات المنشورة عبر الموقع الإلكتروني للمساهمة في تسهيل إبحار الزائر عبر مختلف الأركان بشكل سهل وفي وقت قصير وهما عنصرا يلعبان دورا مهما في تحقيق جاذبية الموقع .

ومن خلال معاينة للمواقع الحزبية الأربعة وجدت أن موقع حزب لاحتظنا أن حزب جبهة التحرير الوطني ، يوفر خانة مخصصة لعرض خريطة الموقع ، ويعتمد كثير على ألوان العلم الوطني خاصة اللون الأخضر فشعار الحزب ملون بألوان العلم الوطني، ولكن المشكل يكمن في وجود أركان غير مفعلة مثل الركن الرئيسي المعنون " بالحوارات ودراسات" فأغلبية فروع هذا الركن لا تضم أي محتوى ماعدا الفرع المخصص للمقالات الذي يضم سلسلة من مقالات الدكتور فاضلي إدريس.

بالإضافة إلى أن بعض الأركان الفرعية محتواها مجرد تجميع لمقالات صحفية قديمة بعض الأركان محتواها لا يتماشى مع العنوان فمثلا ركن " مجالس شعبية" ينتظر الزائر، على الأقل معلومات حول تواجد الحزب عبر هذا المستوى ولكن الموجود مقالات صحفية .

وحسب ما أكده السيد قاسي عيسى المكلف بالاتصال على مستوى الحزب أن الحزب اتجه إلى الاهتمام أكثر بالشبكات الاجتماعية، ولا يوجد فريق عمل يسهر على تحيين محتويات الأركان ماعدا ركن أخبار الذي يحين حسب نشاطات الحزب.

و بخصوص سرعة تصفح الموقع فهي سريعة فبمجرد الضغط على الزر يمكنك التنقل في ثوان معدودة .

أما موقع حزب التجمع الوطني فيظم خريطة بسيطة للموقع تضم أركان أغلبيتها غير مفعلة بالشكل المطلوب، وهنا نشير بداية إلى وجود ركنين من ضمن 11 ركن غير مفعلة -وهذه النتيجة مسجلة يوم 10-12-2011 في حين توجد بعض الأركان شبه مفعلة كركن نشاطات المنتخبين التي يعد ركن مهم يرصد نشاطات ممثلي الشعب الذين اختارهم مناظلي الحزب ولكن الموجود ضمن هذا الركن هو دليل المنتخب، وقائمة أعضاء المجلس الشعبي الوطني وكذلك ضمن ركن آراء ومناقشات نجد نص لمداخلة الأستاذة سعاد بن جاب الله بمناسبة مناقشة قانون المرأة عام 2003 وتم نشرها عام 2006 ،و بخصوص سرعة التنقل بين أركان الموقع فهي معقولة لأن اغلب الأركان غير مفعلة وهنا نشير إلى أن الموقع لا يتوفر على برنامج الحزب.

المبحث الثاني: التحليل المرتبط بدرجة ثراء الموقع من حيث المضمون

المطلب الأول: مشاركة المناضلين في الموقع و اللغات المستخدمة

• مشاركة المناضلين:

يقصد بمشاركة المناضلين في الموقع مدى مساهمة المناضلين في إثراء مضمون الموقع من خلال المشاركة بمقالاتهم و تدخلاتهم في مختلف القضايا الوطنية والدولية وإبراز مواقفهم الشخصية و موقف الحزب إزاء هذه القضايا ،بهدف التنوع في المضامين المنشورة عبر الموقع وهو ما يشبه إلى حد كبير الطاقم الصحفي للجريدة .

بالنسبة لحزب جبهة التحرير الوطني يركز على شخص واحد لتحرير أو تنظيم مضامين الموقع إداريا فباستثناء سلسلة المقالات التي يقدمها الدكتور فاضلي إدريس لا يوجد عمل آخر .

أما موقع حزب التجمع الوطني الديمقراطي فنلاحظ فيغيب فيه اسم محرر المعلومات بل نجد فقط تاريخ النشر .

موقع حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية يضم عددا متواضعا من الأركان الرئيسية و التنقل بين هذه الأركان يعد سهلا .

موقع حركة مجتمع السلم يعرض معلوماته بشكل مختلف عن بقية المواقع المدروسة وهي مقسمة إلى ثلاث مجموعات:

الأولى " المعلومات العامة" في حين خصصت المجموعة الثانية إلى "المعلومات الرسمية" عن الحزب وهي عبارة عن القانون الأساسي و النظام الداخلي و المجموعة الثالثة مخصصة لعرض السير الذاتية لكل من الرئيس السابق للحركة و الرئيس الحالي و قادة الحزب .

وبخصوص محتوى المجموعة الأولى و التي تأخذ مساحة الكترونية كبيرة تضم أركان متنوعة المصادر ومختلفة في طريقة عرضها، فجزء منها خصص لبيانات الحركة وحوارات رئيسها و أركان أخرى ينشطها فريق عمل دائم تعرض على شكل مقالات يكتبها مناضلي الحركة وهي ركن -ومضات،خاطر في إحياء الربانية،خاطر في الحب،كلمة رئيس الحركة-وهناك أركان مشتركة-أقلامكم-بالإضافة إلى تخصيص ركن خاص يقدم قراءة وملخصات لكتب تعالج قضايا تنمية الوعي على وجه التحديد.

كذلك يوجد ضمن هذه المجموعة ركن معنون بالقضية الفلسطينية يرصد نشاطات الحركة في مجال القضية الفلسطينية.

من خلال هذا العرض نلاحظ تنوع في طبيعة المعلومات واختلاف مصادرها والتي لا تخرج عن نطاق العضوية في الحزب ومنه يمكن استنتاج أن الحركة تعتمد على أسلوب فرق عمل،بالإضافة إلى الاهتمام بنشاطات الحركة ووطنيا ودوليا مع التركيز على القضية الفلسطينية .

ولكن الأمر السلبي المسجل في مضمون الموقع هو غياب برنامج الحزب و القانون الداخلي للحزب

• اللغات المستخدمة:

باعتبار الإنترنت وسيط اتصالي عالمي، فإن استخدام لغات متعددة لمخاطبة زوار المواقع يعد عنصرا أساسيا للتعريف بالحزب السياسي و ببرنامجه و نشاطاته وهو ما يساهم في استقطاب شريحة أكبر من المناضلين، خاصة فيما يتعلق بالتواصل بأبناء الجاليات خلال الحملات الانتخابية .

عند تصفح المواقع الأربعة للأحزاب وجدت تبانين بسيط في استخدام اللغات فحزب جبهة التحرير الوطني يوفر للزائر إمكانية تصفح الموقع باللغة العربية فقط، غير أن متابعتي للموقع سجلت أنه بتاريخ 6 ديسمبر 2011 تم نشر مقالة باللغة الفرنسية حول اجتماع الأمين العام للحزب مع المناضلين في ولاية سطيف، أما حزب حركة مجتمع السلم يوفر إمكانية تصفح الموقع بلغتين العربية، الفرنسية إضافة إلى الإشارة بأنه يتم لتحضير لاستخدام الإنجليزية و الأمازيغية، أما حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية يوظف اللغتين العربية والفرنسية وهنا نسجل أن الواجهة بالعربية ينقصها ركن خاص بإمكانيات الإتصال بنواب الحزب و برنامج الحزب وهي متوفرة بالفرنسية كما أن الموقع يوفر إمكانية تصفح الموقع بالأمازيغية أما التجمع الوطني الديمقراطي يوفر إمكانية التصفح باللغتين العربية و الفرنسية مع وجود بعض الاختلافات حيث تتوفر معلومات باللغة الفرنسية أكثر من اللغة العربية .

• المطلب الثاني: الروابط المقترحة

و نعني بالروابط المقترحة العناوين الإلكترونية المساعدة التي يقترحها موقع الحزب على سبيل المثال مواقع الوزارات و الهيئات الرسمية للدولة والمواقع خاصة بالبلديات أو القسمات التابعة للحزب أو المواقع الإلكترونية الخاصة ببعض الجرائد أو المجلات العلمية التي يشارك في إعدادها الحزب... الخ في هذا الإطار سجلت أن حزب جبهة التحرير الوطني يوفر إمكانية التصفح لجريدتي صوت الأحرار اليومية و المجاهد الأسبوعية من خلال ضغط على الصورتين الخاصتين بالجريدتين. بالرغم من وجود موقع خاص بقسمة صبرة تلمسان وهو <http://kasma-sabra.alafdal.net> وهي تعد أول قسمة تملك موقعاً إلكترونياً.

حزب التجمع الوطني الديمقراطي لا يقترح عناوين مساعدة ماعدا موقع المجلس الشعبي الوطني ونفس الملاحظة بالنسبة لموقع حزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية. في حين يوفر موقع حركة مجتمع السلم ركناً مخصصاً لهذه الروابط معنوناً بـ "مواقع متصلة" يضم أربعة مواقع ثلاثة منها أنشئت من طرف الحزب منها موقع "نماء" المخصص لمناقشة القضايا الاقتصادية وموقع "شمس" مخصص للشباب وموقع "جيل الترويج" و "الكتلة البرلمانية".

الاستنتاجات العامة و الاقتراحات :

1- الاستنتاجات العامة :

بعد الرصد الميداني و التحليل لتوظيف الأحزاب السياسية الجزائرية لمواقعها الإلكترونية تم تسجيل الاستنتاجات التالية:

- الأحزاب السياسية الجزائرية لا تعول على مواقعها الرسمية الخاصة بالتعريف بها ولكن أصبحت تركز على الشبكات الاجتماعية رغم نقص اتصالها السياسي، فنصف الأحزاب المتواجدة بالبرلمان لا تملك مواقع إلكترونية، رغم توفر الإمكانيات التي تمكنها من إنشاء مواقع مميزة و إنما تملك صفحات في مواقع أخرى خاصة تستخدم موقع الفيس بوك وتويتر .
- بدأت الأحزاب السياسية الجزائرية تجربة إنشاء مواقع إلكترونية في توقيت متأخر، فمند دخول الإنترنت للجزائر في سنوات التسعينيات من القرن الماضي، لم تنشأ مواقع خاصة بها حيث سجلنا في هذا الإطار أن حركة مجتمع السلم أول حزب في الجزائر أنشأ موقعاً خاصاً سنة 1998 .
- الأحزاب السياسية لا تيسر مواقعها الإلكترونية وفق فرق للعمل متخصصة.
- استخدام محدود للغات الأجنبية مع التركيز على اللغة الفرنسية كلغة ثانية، ربما يعود ذلك لأثر الاستعمار الفرنسي -الجزائر أول بلد فرنكوفوني في العالم- يلاحظ أن حزب التجمع الوطني يستخدم اللغة الأمازيغية بشكل مقبول .
- مسئولو الأحزاب السياسية الجزائرية يمارسون اتصالهم السياسي عبر الإنترنت، وفقاً لمعايير غامضة فتارة ينشؤون مواقع رسمية تحول إلى مجرد عناوين و أخرى مهمة فمثلاً موقع حزب العمال يضم أركان غير مفعلة و أخبار قديمة جداً في حين أن موقع حزب هو عبارة عن صفحة لم تتغير من نشأتها سنة 2009 بمناسبة ترشح الأمين العام للحزب للانتخابات الرئاسية.
- يفضل المسؤولون استخدام الشبكات الاجتماعية كنوع من الموضة بدون دراسة مسبقة فبعد مدة من إنشاء المواقع الرسمية تجد الكثير منهم أهمل الموقع -ماعدا حركة مجتمع السلم- .
- و استخدم مواقع الشبكات الاجتماعية التي أنشأت من أجل تقديم خدمة في حين الموقع يوفر إمكانية التعريف بالحزب بشكل رسمي وجاد من خلال أركان وهو كذلك يوفر إمكانيات للحوار و النقاش .
- غياب التفاعلية في المواقع الإلكترونية الحزبية وفي أبسط خدماتها، فالمواقع لا تجري سبر للآراء - باستثناء حركة مجتمع السلم بشكل محدود- وهو خدمة لا تتطلب الكثير من الجهد.
- تنشر الأحزاب السياسية الجزائرية عبر مواقعها مضامين قديمة -بغض النظر عن الوثائق التأسيسية للأحزاب- فالمواقع حولت تقريباً إلى مجرد أرشيف إلكتروني موضوع عبر الإنترنت مما

- يدل على أن الأحزاب لا تجدد مواقعها عموما وحتى أبسط معلومة وهي الأجنحة كان بإمكانها توظيفها في هذا المجال لتجعل الزائر يجد معلومة جديدة.
- استخدام بسيط للوسائط المتعددة فمثلا مقاطع الفيديو الموضوعة في الموقع، لا تمكن الزائر من التعرف على أسماء الأشخاص الذين ينشطون هذه الفيديوهات و بالنسبة للصور فالمواقع توفر صور لمختلف الشخصيات و المناسبات في شكل جامد وعشوائي.
 - غياب توفير خدمة بسيطة متمثلة في اقتراح قائمة من المواقع المساعدة أو الصديقة كخدمة للزائر. الروابط المقترحة بإمكانها ربما المساعدة في رسم صورة إيجابية عن الموقع .
 - الأحزاب السياسية الجزائرية لازلت تفضل استخدام الوسائل الثقيلة وخاصة التلفزيون رغم أنه يعاني من ضعف في نسبة المشاهدة بشهادة المسؤول الأول عن قطاع الإتصال بالجزائر السيد ناصر مهل وزير الإتصال خلال جلسة علنية للبرلمان الجزائري خصصت للإجابة عن الأسئلة الموجهة لهذا القطاع بتاريخ 8 ديسمبر 2011 حسب ما بثه الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية في نفس التاريخ فنجد مختلف الأمناء العامون يطالبون بمنحهم فترات زمنية عبر التلفزيون .
 - وقبل الحديث عن الاقتراحات يمكن تسجيل المؤشرات التالية:
 - إقبال المواطن الجزائري على شبكة الإنترنت إذا بلغ عدد المشتركين في نهاية 2010 بثلاثة ملايين مشترك ،والعدد في تزايد مستمر.
 - تشكل فئة الشباب أكثر من 70 بالمائة من المجتمع الجزائري وهي الشريحة الأكثر استخداما لشبكة الإنترنت وهو مؤشر إيجابي لابد أن تستغله الأحزاب السياسية لتوجيه اهتمامها لهذه الوسيلة الجديدة -لإنترنت- و العمل من أجل استقطاب الشباب.
 - وفرة المشاريع المتعلقة بتدعيم التدفق السريع للإنترنت لاسيما .
 - انخفاض نسبة الأمية في الجزائر فالشعب أصبح أكثر وعيا خاصة مع احتكاكه بالشعوب الأخرى بفضل الخدمات التي يوفرها الإنترنت.
 - تدني نسبة المشاركة في الانتخابات حيث سجلت نسبة المشاركة السياسية في آخر تشريعات عام 2007 36 بالمائة ،فالمواطنون بحاجة إلى إعادة الثقة في ممثليهم باستخدام الإعلام الإلكتروني .
 - الاستقرار السياسي و الأمني الذي يميز الدولة الجزائرية مقارنة بمرحلة العشرية السوداء.
- هذه بعض المؤشرات تشير إلى وجود أرضية خصبة لتفعيل اتصال حزبي عبر الإنترنت من خلال إتباع الاقتراحات التالية:

الاقتراحات:

- الاهتمام بتفعيل قنوات الإتصال السياسي الحزبي عبر الإنترنت بشكل أكبر وعلى مستوى المسؤولين الكبار للأحزاب و التيقن بأن استمرار الأحزاب مرهون لا محال بتطوير الإتصال عبر الإنترنت في عهد "الدولة التجاوبية" أي التجاوب مع المواطنين و التواصل المستمر معهم.
- تنظيم دورات تكوينية مستمرة للمكلفين بالإتصال .على مستوى الأحزاب السياسية لمواكبة التطورات العلمية الحاصلة في هذا المجال الحيوي و المهم في حياة الحزب.
- دعم الطاقم البشري العامل على مستوى المكاتب المسيرة للإتصال بالأحزاب بفئة الشباب كونها تتحكم أكثر في هذه التقنيات.
- إنشاء مديريات أو على الأقل خلايا للاستماع و الإتصال.
- تحديد الأهداف المرجوة من إنشاء مواقع إلكترونية حزبية بشكل دقيق ثم المتابعة الميدانية للإجراءات المطبقة لبلوغ هذه الأهداف .
- عرض موجز عن نشأة الموقع الإلكتروني و الأهداف المتوخاة من إنشائه و الفريق الساهر على تسييره مع إبراز المستويات العلمية لهذا الفريق ،لخلق صورة ذهنية جيدة عن مستوى الموقع لدى الزائر مع توفير كفايات الاتصال والتواصل معهم.
- عرض إحصائيات حول عدد الزوار لتبيان معدل زيارة الموقع مع توخي المصادقية.
- استخدام عدد معين من الأركان شريطة تفعيلها و تفادي استخدام عدد كبير من الأركان نصفها غير مفعّل لأن ذلك يؤثر في مصداقية الحزب عموماً لأن جمود المواقع وعشوائية تسييرها أكبر مهجر للمبحرين في الموقع.
- الاعتماد على أسلوب الفرق لتسيير الموقع الإلكتروني من خلال تخصيص فريق لمعالجة الصور و الفيديوهات التي تبث عبر الموقع و فريق آخر يتابع نشاطات الحزب و يكلف بنشر الأجندة وفريق يتابع ما ينشر عبر الوسائل الاتصالية الأخرى و محاولة بثها بشكل موحد
- الاهتمام بالجانب التقني للموقع وتخصيص مبالغ مالية في هذا المجال لمواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال.
- توفير خدمات تفاعلية مباشرة مع زوار المواقع بالأشكال البسيطة لهذه الخدمة كتنظيم سبر الآراء بشكل مستمر حول مختلف القضايا الراهنة سواء على الساحة الوطنية أو الدولية.
- اقتراح موضوعات للنقاش ولو بشكل مبسط من خلال توفير إمكانيات إرسال أسئلة للنواب مع نشر الأسئلة و الأجوبة.

- العمل على توفير منتديات للنقاش و الحوار حول مختلف القضايا وتبيان وجهة نظر الحزب حولها.
- عدم التركيز على صور الأمناء العاملون و التشخيص ولكن العمل على بث صور تشير إلى إيديولوجية الحزب ونشاطاته وخدماته.
- استخدام اللغات الأجنبية، لاستقطاب أكبر شريحة ممكنة وخاصة أبناء الجالية الجزائرية و الاستفادة من ذلك خلال الحملة الانتخابية.
- وضع قائمة من العناوين المساعدة -روابط مقترحة -مثلا عناوين وزارات الدولة الجزائرية والهيئات الحكومية الأخرى وغرفتي البرلمان وقسمات الحزب و المؤسسات الحزبية التي تقدم نشاطات لفائدة المواطنين.
- تحيين الموقع بشكل مستمر و الاستعانة مثلا ببث البيانات الصحفية وفتح مجالات للنقاش والحوار حولها.
- تسهيل عملية الانخراط الحزبي عبر المواقع أو على الأقل توفير عناوين القسمات التابعة للحزب وتخصيص مكتب يتكفل باستقبال المنخرطين الجدد عبر الإنترنت.
- العمل على تسهيل عملية الإتصال مع البلديات خاصة التي تسير من طرفي ممثلي الحزب من خلال توفير مساحة لطرح الانشغالات الخاصة بالمواطنين و هذا يعد شأن مهم يمكن من تحقيق نتائج جد إيجابية فعن طريق متابعة أسئلة و انشغالات المواطنين على مستوى البلديات يمكن للحزب أن يراقب مدى تطبيق برنامجه على مستوى الجماعات المحلية ومن خلال نتائج متابعة مناقشات المواطنين و ممثلهم على مستوى البلدية يمكن للحزب أن يتقرب من المواطن ويكيف برنامجه حسب هذه المتطلبات أو يعطي توجيهات لممثليه لتغيير سلوكهم السياسي تجاه المواطن.
- فتح مساحات للنقاش بين زوار الموقع باختلاف طبيعتهم سواء كانوا مناضلين للحزب أو دون انتماء أو حتى معارضين للحزب لإظهار مدى قدرة الحزب على التفاوض و النقاش مع العدو قبل الصديق لأنه يمتلك مبادئ ويريد تحقيق أهدافه بطرق مشروعة أساسها التحام أكبر عدد من المناضلين يصوتون له و يمنحونه فرصة تسيير شؤونهم العامة .
- العمل على الإشهار بالموقع الإلكتروني للحزب من خلال استغلال جميع الوثائق الصادرة عن الحزب (عنوان الموقع، البيانات التي توجه للصحافة وفي اللافتات والملصقات التي تصمم بمناسبة إجراء ندوات صحفية تجمعات شعبية أثناء الحملات الانتخابية).

- الاهتمام بالجانب الجمالي للموقع و استشارة المختصين في مجال توظيف الألوان المريحة للعين دون إهمال مستوى المضامين من خلال الحرص على بث معلومات جديدة لتفادي الوقوع في تحول الموقع إلى أرشيف إلكتروني موضوعة عبر الإنترنت.
- تشجيع ممثلي الحزب و المناضلين في مختلف المستويات على المشاركة في إثراء الموقع لخلق شعور طيب لدى الجميع و تبيان أن الموقع هو منبر للجميع .

خاتمة

الأحزاب السياسية هي المؤسسات التي تضفي الطابع الديمقراطي على النظام السياسي، ومن الضمانات الأساسية لحقوق الإنسان السياسية خاصة حقه في المشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلاده في إطار الديمقراطية التشاركية.

وفي سياق التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإتصال و المعلومات، لجأت الأحزاب السياسية إلى استخدام الإنترنت، الذي تحول إلى منبر اتصالي أتاح للحزب إمكانية توصيل رسالته بالشكل الذي يريد دون تدخل موجه من مالكي وسائل الإعلام.

في هذا الإطار توصلت الدراسة إلى الأحزاب السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية، كانت السباق في هذا المجال، وبرزت بشكل ملفت للانتباه مع الحملة الرئاسية الإلكترونية للمرشح بارك أوباما (2008).

وفي خضم هذه التأثيرات السياسية للإنترنت و الإنجازات المحققة في هذا المجال لجأت الأحزاب في الجزائر هي الأخرى إلى توظيف خدمات الإنترنت، وتحديد إنشاء مواقع رسمية خاصة بها، لكن النتائج الميدانية لهذه الدراسة أثبت أن الأحزاب السياسية الجزائرية لا تهتم باستخدام السياسي للإنترنت، حيث اتضح أن أغلبية الأحزاب المتواجدة بالبرلمان الحالي لا تملك مواقع إلكترونية رغم سهولة إنشاء مثل هذه البوابات الافتراضية ولم تحاول استغلال هذا المنبر الاتصالي لكسب ثقة الشعب وهو ما تم اكتشافه عند دراسة طبيعة العلاقة بين الأحزاب و المجتمع حيث تبين أن هذه العلاقة محدودة و مناسبة لأغراض مصلحية وانتخابية، من خلال ممارسات القبلية والجهوية والزيانية في الانتخابات.

إن شرائح المجتمع الجزائري ولاسيما المتواجدة في المدن عالية الكثافة السكانية فقدت الأمل في الأحزاب السياسية و إحداث التغير عبر صناديق الاقتراع نحو الأفضل ولهذا نسجل ارتفاع متواصل في نسب المقاطعة الانتخابية في المدن.

ظهرت توجهات في المجتمع تنفر من العمل الحزبي والسياسي بالجوء إلى العمل في جمعيات المجتمع المدني جعل الأحزاب السياسية تبتعد عن أداء وظيفتها الأساسية المتمثلة في الوساطة بين المجتمع المدني والسلطة أو ما يسمى بالوظيفة المنبرية للأحزاب السياسية لإيصال الأصوات المحتجة والمعارضة إلى السلطات، وبذل ذلك أصبحت الأحزاب امتدادا للإدارة الحكومية وامتداد للسلطة، مما أفقدها الكثير من المصداقية أمام الناخبين والمتعاطفين.

فالأحزاب السياسية فقدت قدرتها على الاستجابة للمطالب التي يعبر عنها المواطنون في العديد من المناسبات، من خلال مظاهر الاحتجاجات الاجتماعية والتي اتسمت بالعنف التلقائي ولعل أحدث مثال يستشهد به هو خروج الشباب في عدة مدن جزائرية للاحتجاج على ارتفاع بعض أسعار المواد الأولية و تكسير المنشآت العمومية خلال شهر جانفي 2011.

أثبتت الدراسة أن استخدام الإنترنت من طرف الأحزاب السياسية في الجزائر مقتصر على الأحزاب الكبيرة - التي تملك أكبر عدد من المقاعد في البرلمان- رغم أن الإنترنت يعد وسيلة متاحة للأحزاب الصغيرة وفرصة ثمينة لتحقيق تواجد إعلامي وتجاوز العراقيل المالية والتحكم السلطوي في وسائل الإتصال الجماهيرية (مجال السمععي البصري).

خلصت الدراسة إلى غياب إستراتيجية للاتصال الحزبي حيث أن تحليل أربع مواقع إلكترونية رسمية لأربع أحزاب كبرى: حزب جبهة التحرير الوطني ، التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية حزب التجمع الوطني وحركة مجتمع السلم، وفقا لمعايير عديدة كثراء الموقع، تنوع البرامج والمضامين وتجدها دوريا، طرق عرضها، سهولة الإبحار فيها والتحاور الهادف ، هذا التحليل أثبت وجود تسيير عشوائي لهذه المواقع وجمودها، الأمر الذي دفع إلى البحث عن أسباب وخلفيات هذا التسيير و هذا الجمود في عصر تنظم فيه الأمم انتخاباتها إلكترونيا بشكل رسمي.

الإتصال السياسي الذي تمارسه الأحزاب في فضاء افتراضي، يصعب فيه إقناع الرأي العام بسهولة، يفتح الباب أمام عدد هائل من الإشكاليات فهل المشكل يكمن أصلا في عدم اهتمام الحزب السياسي في الجزائر بممارسة الإتصال عموما لأنه لا يحتاج إليه لتحقيق هدفه- الوصول إلى السلطة -، أو أن المشكل يكمن في غياب الخبرة العلمية في هذا المجال ومن ثم الاهتمام بتكوين العامل البشري في هذا المجال و العمل على إدماج الشباب في هذا الميدان كونه الفئة الأكثر قربا من هذه التكنولوجيات .

أما أن المجتمع الجزائري لم يتكيف مع هذه التكنولوجيات سواء من حيث دوافع الاستخدام فهي ربما بعيدة عن الاهتمامات السياسية ،وهو ما يشكل بدوره محور لدراسات متشابهة ، أم أن المعضلة تكمن في ضرورة العمل على رفع عدد الجزائريين المشتركين في الشبكة العنكبوتية خاصة مع النسبة الضئيلة المسجلة في هذا المجال ففي نهاية 2010 كشف مركز البحث و الإعلام العلمي والتقني أن أكثر من ثلاثة مليون جزائري فقط مشترك من ضمن 36 مليون ألف نسمة.



الملاحق

الملحق رقم (01)

تطور تمثيل التيارات السياسية داخل المجلس الشعبي الوطني (1997-2002)

التيار السياسي	عدد المقاعد في 1997	عدد المقاعد في 2002	الملاحظات
<u>التيار الوطني</u>			
- جبهة التحرير الوطني	46	242	صعود التيار مقارنة مع انتخابات 1997
- التجمع الوطني الديمقراطي	155	199	وربح 27 مقعد إضافيا بفضل نتائج جبهة التحرير الوطني.
		47	
<u>التيار الإسلامي</u>			
- حركة مجتمع السلم	69	82	هبوط بالمقارنة مع انتخابات خسر 11
- حركة الإصلاح الوطني	-	38	وانتقال قيادة التيار الإسلامي من حركة
- حركة النهضة	34	43	مجتمع السلم إلى حركة الإصلاح.
		01	
<u>التيار الديمقراطي</u>			
- جبهة القوى الاشتراكية	19	21	الخاسر الأكبر في انتخابات عام 2002
- التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية	19	-	حيث خسر 23 مقعدا مع غياب أقطاب
- حزب العمال		-	المعارضة الديمقراطية وانتقال قيادة
		21	المعارضة إلى حزب العمال
تيار الأحرار	11	30	صعود معتبر مقارنة بانتخابات 1997
			حيث ربح 19 مقعدا جديدا
<u>أحزاب أخرى</u>			
	05	09	انطفاء شمعة الأحزاب السياسية الصغيرة
			وصعود أحزاب أخرى وتحسين نتائجها مقارنة
			بانتخابات 1997
المجموع	280	289	

المصدر: مجلة الفكر البرلماني، العدد 09، ص. 19.

الملحق رقم (02)

نتائج الأحزاب السياسية والمرشحين المستقلين في تشريعات 2007

عدد المقاعد	النسبة	عدد الأصوات	الحزب
136	22.98	1.315.686	1- حزب جبهة التحرير
61	10.33	591.310	2- التجمع الوطني الديمقراطي
52	9.64	552.104	3 - حركة مجتمع السلم
33	9.83	562.986	4 - المرشحون المستقلون
26	5.09	291.312	5 - حزب العمال
19	3.36	192.490	6 - التجمع من اجل الثقافة والديمقراطية
13	4.18	239.563	7 - الجبهة الوطنية الجزائرية
7	2.0	114.767	8 - الحركة الوطنية من اجل الطبيعة والنمو
5	3.39	194.067	9 - حركة النهضة
4	2.21	126.444	10 - التحالف الوطني الجمهوري
4	2.14	122.501	11 - حركة الوفاق الوطني
4	1.80	103.328	12 - حزب التجديد الجزائري

3	2.53	144880	13 - حركة الإصلاح الوطني
3	2.51	143.936	14 - حركة الانفتاح
3	1.96	112.321	15 - الجبهة الوطنية للأحرار من أجل الونام
2	2.26	129.300	16 - عهد 54
2	2.08	119.353	17 - الحزب الوطني للتضامن والتنمية
2	1.73	99.179	18 - الحركة الوطنية للأمل
2	1.47	84.348	19 - التجمع الوطني الجمهوري
1	1.75	100.079	20 - التجمع الجزائري
1	1.38	78.865	21 - الجبهة الوطنية الديمقراطية
1	0.89	51.219	22 - الحركة الديمقراطية الاجتماعية
0	1.42	81.046	23 - الحزب الجمهوري التقدمي
0	0.75	42.735	24 - حزب العمال الاشتراكي
389		5,726.087	المجموع

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة الداخلية و الجماعات المحلية

الملحق رقم (03)

الأحزاب السياسية المتواجدة بالبرلمان و مواقعها الإلكترونية

الحزب السياسي	عنوان الموقع الإلكتروني
1 - حزب جبهة التحرير	http://www.pfln.dz
2 - التجمع الوطني الديمقراطي	http://www.rnd-dz.com
3 - حركة مجتمع السلم	http://www.hmsalgeria.net
4 - المرشحون المستقلون	لا يوجد
5 - حزب العمال	http://www.ptalgerie.com/
6 - التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية	http://www.rcd-algerie.org
7 - الجبهة الوطنية الجزائرية	http://www.fna.dz/ لا يعمل
8 - الحركة الوطنية من أجل الطبيعة والنمو	لا يوجد موقع
9 - حركة النهضة	لا يوجد موقع
10 - التحالف الوطني الجمهوري	http://www.anr.dz لا يعمل
11 - حركة الوفاق الوطني	لا يوجد
12 - حزب التجديد الجزائري	لا يوجد
13 - حركة الإصلاح الوطني	لا يوجد
14 - حركة الانفتاح	لا يوجد
15 - الجبهة الوطنية للأحرار من أجل الونام	لا يوجد
16 - عهد 54	http://www.ahd54.org/ لا يعمل
17 - الحزب الوطني للتضامن والتنمية	لا يوجد
18 - الحركة الوطنية للأمل	لا يوجد
19 - التجمع الوطني الجمهوري	http://www.rnd-dz.org/ لا يعمل

20 - التجمع الجزائري	http://www.parti-ra.dz/ (مجرد صفحة)
21 - الجبهة الوطنية الديمقراطية	لا يوجد
22 - الحركة الديمقراطية الاجتماعية	http://www.mds-algerie.com / لا يعمل

المصدر: إعداد الطالبة

المراجع

المراجع و المصادر

أولاً: المراجع باللغة العربية:

I. القواميس:

1. إبراقن محمود، المبرق، قاموس موسوعي للإعلام والاتصال فرنسي، عربي، الجزائر: منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2004.
2. الكيالي عبد الوهاب وآخرون، "الموسوعة السياسية"، ط 2، ج 2 بيروت، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1991.

II. الكتب

1. آل سعود سعد ، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي ، ط. 1، الرياض: منشورات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006.
2. آل سعود محمد، العلاقة بين وكالة الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية ، الرياض: منشورات كلية الدعوة و الإعلام الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006.
3. الجوهري عبد الهادي، دراسات في علم الاجتماع السياسي، ط 1 ، مصر القاهرة: نهضة الشرق، 1985.
4. العوفي عبد اللطيف وعادل سراج مرداد ، زمن المستقبل والعالم العربي، الرياض دراسة في موجة المعلوماتية ودور الاتصال، 1998.
5. أبو زيد فاروق، مشكلات الاتصال السياسي في مصر ، ط 1 ، مصر : القاهرة ، مركز البحوث والدراسات السياسية ، 2002.
6. بيبا نوريس، ت، نور الأسعد، التطورات في اتصالات الأحزاب ، من إعداد المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، الولايات المتحدة الأمريكية ، 2006.
7. بدوي حسن ، الأحزاب السياسية و الحريات العامة، مصر: الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، 2000.
8. بن راشد بن سعيد أحمد ، قوة الوصف ، سلسلة عالم الفكر ، لبنان، 2003.
9. جرادي عيسى ، الأحزاب السياسية في الجزائر، الجزائر: دار قرطبة، 2007.
10. جعفر عباس كمال الدين ، الاتصال السياسي، ط 1 دمشق : سلسلة في البعد الفكري، منشورات المكتب الإسلامي، 2004.

11. عبد الحليم كامل نبيلة ، الأحزاب السياسية في العالم المعاصر، القاهرة: دار الفكر العربي، 1982.
12. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط.1 مصر: عالم الكتب، 2000.
13. عواطف عبد الرحمان، الصحافة المصرية المعاصرة ، أعمال المؤتمر السنوي الأول للبحوث السياسية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1988.
14. سامي عبد الفتاح علياء، الإنترنت و الشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، مصر: دار العالم العربي، 2011.
15. سعيد بوشعير، القانون الدستوري والنظم الدستورية المقارنة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
16. راكان حبيب وآخرون ، مقدمة في وسائل الاتصال ، ط.1 الرياض: مكتبة دار زهران، 2001.
17. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي ، ط.1، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، 1991.
18. محمد غيطاس جمال ، الديموقراطية الرقمية ، ط.1 ، مصر: دار نهضة مصر، 2006.
19. مكي حسن وبركات محمد ، المدخل إلى علم الاتصال ، ط.1، الكويت: منشورات ذات السلاسل ، 1995.
20. غسان مراد، الثقافة العربية في ظل وسائط الإتصال الحديثة ، الكويت وزارة الإعلام، 2010 .
21. نسيب محمد ارزقي، أصول القانون الدستوري السياسية ، ج 2 الجزائر مطبعة هومة 1999.

III. المقالات في الصحف و المجلات:

- 1 برهومة عيسى عوده ، تمثلات اللغة في الخطاب السياسي ، سلسلة عالم الفكر، ع1، مج 36 سنة 2007.
- 2 جبار ، عبد المجيد، التعددية الحزبية في الجزائر ، الفكر البرلماني، مجلة متخصصة في القضايا و الوثائق البرلمانية يصدرها مجلس الأمة، ع4، الجزائر ، أكتوبر 2003.

- 3 خضور أديب ،مرجعية التغطية الإخبارية في العالم العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، 2000.
- 4 - طارق فتح خضر، أنواع الأحزاب السياسية، مجلة العلوم السياسية، مصر، العدد 5 17 أكتوبر 1988.
- 5 - عبد المجيد جبار، التعددية الحزبية في الجزائر، الفكر البرلماني، ع 4، الجزائر أكتوبر 2003.

IV. الوثائق الرسمية:

دساتير الجمهورية الجزائرية الديمقراطية:

1. دستور 10 سبتمبر 1963.
2. دستور 22 نوفمبر 1976.
3. دستور 23 فيفري 1989.
4. دستور 28 نوفمبر 1996.

V. الرسائل الجامعية:

1. جباري كريمة ،الإصلاحات السياسية في الجزائر، 1989-1997، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية، 2001.
2. سليمة رابحي، الأحزاب السياسية و الإتصال السياسي في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2008.

VI. المقابلات:

- 1- مقابلة مع السيد: بن خالد عبد القادر ،المسير العام لموقع حركة مجتمع السلم أجريت المقابلة بمقر الحزب يوم 14 - 10 - 2011 على الساعة 10:10 صباحا.
- 2- مقابلة مع السيد: قاسي عيسى مكلف بالاتصال على مستوى حزب جبهة التحرير الوطني، بمقر الحزب بتاريخ 15 -12- 2011 على الساعة 14 .
3. - مقابلة مع السيد قيرا عبد المالك المسير العام لموقع حزب التجمع الوطني ،أجريت المقابلة بمقر الحزب يوم 23 -09- 2011 على الساعة 14:30 صباحا.

VII. المواقع الإلكترونية:

1. أنواع المواقع الالكترونية ، موقع الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي الخاص:
<http://al-raeed.net/training/uploads/files/pdf2010-7/anwaa.pdf>

2. عبد الإله بوحالة، الحملة الانتخابية: فعل ديمقراطي بأدوات تواصلية، الحوار المتمدن، العدد 1769.

www.rezgar.com/deba/show.asp?aid=83742

3. عادل عبد الصادق ، "الديمقراطية الرقمية نمط جديد للممارسة السياسية".
<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96351&eid=50>

4. محمد بن المختار الشنقيطي، الإنترنت... ثورة الفقراء في عصر التواصل السياسي
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/08806D71-3787->

5. فتح عبد الناصر، إشكاليات الإتصال السياسي المعاصر
http://nasserfatahallah.blogspot.com/2011/07/blog-post_1.
6. موقع او باما نجح في جذب الناخبين من منافسه ماكين : حرب الكترونية تدور راحاها على هامش الانتخابات الرئاسية الامريكية .
http://www.26sep.net/news_details.php?lng=arabic&sid=471

7. محمد فايز فرحات " الإنترنت لم تعد فضاء سياسيا افتراضيا " ، جريدة الأهرام المصرية .
<http://www.ahram.org.eg/Strategic-issues/News/>

8. فائز سالم بن عمرو، الاتصالات التنظيمية والتواصل داخل الأحزاب ، على الرابط:
http://alkheel.net/index.php?option=com_content&task=view&id=173&Itemid=63

ثانيا :المراجع باللغة الفرنسية:

I) Dictionnaire :

- 1 - Lucien SFEZ, Dictionnaire de la communication, Paris : Puf ,tom 2, 1993 .

II) Livres

1. Bourque. G et Duchastel . J, Pour une nouvelle analyse du discours politique, Montreal :Ed . Boréal, 1988.

2. Daniel-Louis SEILER, "les parties politiques", Paris :Dalloz et Armond Colin, 2000.
3. Duverge Maurice r , les parties politiques , Paris :librairie Armond Colin ,1981.
4. Easton D, Analyse du système politique, colin, Ed.américaine, 1974.
5. Guespin. L, problématique des travaux sur le discours politique, : Le discours politique, Larousse, 1971.
6. Maarek Philippe : le message télévisé, septembre 1989.
7. Jean-Marie Cotteret , Gouvernant et Gouvernés, Puf,1973.
8. Zirem Yousfe,Algérie: La guerre des omres , Alger :Ed. Grip, 2002.
9. Wolton Dominique, penser la communication, Paris, Flammarion, 1998.
10. Rachid Benyoub, L'annuaire politique de l'Algérie, 4ème éd,Alger,Anep,2002.

III) Sites Internet :

1. Mahiou Ahmed,Remarque sur l'évolution du système politique en Algérie,mise en ligne le :13-12-2004 ,URL : [http //www .africa /catalunya .org/congrés/pdf/mahiou-pdf](http://www.africa/catalunya.org/congrés/pdf/mahiou-pdf) .
ثالثا :المراجع باللغة الإنجليزية:

I) Books :

1. George Rodman, Mass Media in a Changing World : History of Industrial Controversy, U .S.A :Mc-Hill Companies INC,2006.

II) Articles inNewspapers and Revues:

1. Ari Melber, Obama's Wide Net“,The Nation”, Januray 10, 2009.
2. Brian Faler, Dean Leaves , Legacy of Online Campaign, “The Washington Post”,Feb 20,2004 ,USA.
3. David Carr, How Obama Tapped into Social Network's . Power,“The New York Times”, Nov. 9. 2008 ,USA.
4. Jemima Kiss, Why Everyone is a Winner,“The Guardian”, Nov 10, 2009,UK.

5. Jose Antonio Vargas, "Obama's Wide Web, "**The Washington Post**", August 20, 2008, USA.
6. Jose Antonio Vargas Obama Raised Half a Billion Online, "**The Washington Post**", Nov 20, 2008, USA.
7. Mark Singer, Running on Instinct, "**The New Yorker**", January 12, 2004, USA.
8. Noam Scheiber, Organisation Man, "**The New Republic**", November 17, 2003, Vol 229, issue 20.
9. Vince Stehle, Preemptive Strike on The Dean Machine "**The Guardian** ", Feb 24, 2004, UK.

III) **Sites Internet :**

1. Lesley Lawrence, "These are the Voyages Interactions in Realand Virtual Space Environments in Leisure, Leisure Studies", Vol ; 22 , Oct, 2003 .
<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96351&eid=5>