

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية
قسم علم الإجتماع السياسي والعلاقات الدولية



دور الإتصال في الاستراتيجية الانتخابية للأحزاب السياسية
دراسة حالة حزب جبهة التحرير الوطني

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال عولمة وضبط النزاعات

إشراف الدكتور:

خليفة بوراس

إعداد الطالبة:

نزيهة سلطاني

لجنة المناقشة:

الدكتور: خيضر..... رئيس اللجنة
الدكتورة: هارون مناقشة
الدكتور: بوراس مشرف

السنة الجامعية: 2015/2014

شكر و تقدير

أقدم بجزيل الشكر و عظيم التقدير إلى الأستاذ الدكتور " خليفة بوراس " لتفضله بالإشراف على هذه المذكرة وحرصه الكبير على أن تأتي بالجديد المفيد، و ان تنفع كل راغب في الاطلاع على هذا الموضوع و ان تخرج في أحسن صورة .

أقدم بالشكر و التقدير إلى كل من قدم لي يد المساعدة من اساتذة المدرسة والاخوة والاصدقاء.

الإهداء

إلى روح والدي الغالي رحمه الله و اسكنه فسيح
جناته و الى امي حفظها الله

إلى زوجي الغالي رؤوف الذي ضحى من أجل أن أكمل
دراستي

الى نور قلبي وبلسم روحي ابنتي الين حفظها الله
إلى كل أفراد عائلتي وزملائي و صديقاتي بالمدرسة
الوطنية العليا للعلوم السياسية

ملخص الدراسة:

تمحورت الدراسة حول العلاقة بين العملية الاتصالية و العملية السياسية اذ هي علاقة وثيقة للغاية فكلا النظامين يتأثر بالأخر و يؤثر فيه، وفي هذا السياق يعمل الاتصال السياسي من خلال الخطاب السياسي و الاعلام السياسي في مجال التأثير على الرأي العام بهدف توجيه الافراد و التحكم في سلوكياتهم و ارائهم لحثهم على المشاركة في الانتخابات التي تمكن الافراد من اختيار الحكام .

الاتصال السياسي يظهر بصورة اوضح خلال الحملات الانتخابية ، التي تستعمل جملة من الاليات لتحقيق اهدافها و ذلك من خلال التسويق السياسي ، ومختلف اساليب الاستراتيجية الانتخابية ، و فيما يخص دراسة الحالة فقد خلصت الدراسة ان الاتصال السياسي لم يؤثر كثيرا في نسب المشاركة الانتخابية بالرغم من الامكانيات الضخمة التي سخرتها الدولة في مجال الدعاية الانتخابية وذلك يرجع حسب تفسير اغلب المحللين الى حالة فقدان الثقة بين الافراد و الحكام وتشابه البرامج الانتخابية ، واعتبارها وعودا كاذبة.

Résumé de L'étude :

Le rapport entre la communication et la processus politique est devenu par la suite une relation de chevauchement ; vu qu'il difficile de les séparer , dans ce contexte ,la communication politique influence sur l'opinion publique que puisse parvenir le discours politique et l'information politique ,afin de diriger les individus , et contrôler leurs comportements et leurs opinions vis-à- vis le processus le processus politique en général ,cela n'a eu lieu que pour les inciter à participer aux manifestation politique , par l'élection leur permettant de choisir les dirigeants.

La communication politique apparaitra plus clairement au cours des compagnes électorales qui utilisent un certain nombre de mécanisme pour atteindre leurs objectifs, grâce à l'échange politique et aux divers moyens de la stratégie électorale.

En l'espèce ,l'étude conclut que la communication politique n'a pas affecté , de façon significative . Les taux de participation aux élections voulus , en dépit de l'énorme potentiel qu'a mobilisé l'état en matière de la propagande électorale ; ce qui revient ,tel qu'il est interprété par la plupart des analyses , au manque de confiance entre les individus et les dirigeants , la similitude de programmes électoraux , et la considération de ceux-ci comme étant de fausse promesses.

محتويات البحث

الصفحة	محتويات البحث
I	1-كلمة الشكر
II	2- الاهداء
III-IV	3- الملخص
V	4- قائمة المحتويات
IX	5- قائمة الجداول و الاشكال
1	مقدمة

الفصل التمهيدي

الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي والإستراتيجية الانتخابية

8 المبحث الأول: ماهية الاتصال السياسي

المطلب الأول مفهوم الاتصال

المطلب الثاني: مفهوم الاتصال السياسي

المطلب الثالث: وظائف الاتصال السياسي

المطلب الرابع: تعريف الاستراتيجية

المطلب الخامس: استراتيجية الاتصال

15 المبحث الثاني: الاحزاب السياسية

المطلب الاول: تعريف الاحزاب السياسية

المطلب الثاني: تعريف المشاركة السياسية

الفصل الاول

الاستراتيجية الانتخابية للأحزاب السياسية

24 المبحث الأول: تعريف الانتخابات

المطلب الاول:اهمية الانتخابات

المطلب الثاني:الانتخاب حق و واجب

المطلب الثالث: مراقبة الانتخابات و فوائدها

28 المبحث الثاني: الحملة الانتخابية

المطلب الاول: تعريف الحملة الانتخابية

المطلب الثاني: عناصر الحملة الانتخابية

المطلب الثالث: اطراف العملية الانتخابية

32 المبحث الثالث: الدعاية الانتخابية

المطلب الاول: علاقة الارتباط بين الدعاية الانتخابية والدعاية السياسية

المطلب الثاني: تاثير الحملات الانتخابية

المطلب الثالث: استراتيجيات الحملات الانتخابية

المطلب الرابع: المراحل التنفيذية للحملة الانتخابية

المطلب الخامس: الهندسة الانتخابية

المطلب الاول: تعريف النظام الانتخابي

المطلب الثاني: انواع النظم الانتخابية

المطلب الثالث: العلاقة بين النظم الانتخابية و النظام الحزبي

الفصل الثاني

دور الاتصال في الاستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير

50 المبحث الاول: لمحة عن حزب جبهة التحرير

المطلب الاول: تعريف حزب جبهة التحرير الوطني

المطلب الثاني: مراحل تطور حزب جبهة التحرير الوطني

المطلب الثالث: التنظيم الداخلي لحزب جبهة التحرير الوطني

المطلب الرابع: مصادر تمويل حزب جبهة التحرير الوطني

54 المبحث الثاني: الاستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

المطلب الاول: طبيعة الاتصال السياسي

المطلب الثاني: اهمية الاتصال السياسي

المطلب الثالث: تمويل الحملة الانتخابية

58 المبحث الثالث: قراءة في نتائج الانتخابات التشريعية 2012

المطلب الاول: تحليل نتائج الانتخابات

المطلب الثاني: المعطيات العامة لنتائج الانتخابات

المطلب الثالث: تفسير المخرجات الاساسية للانتخابات

63

النتائج و الاقتراحات

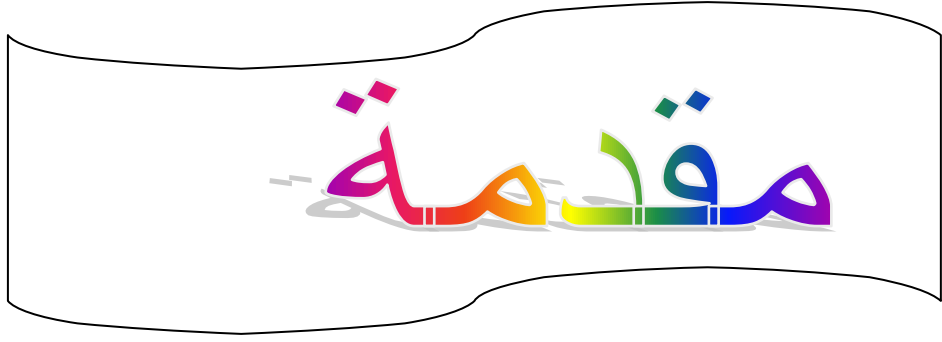
66

الخاتمة

قائمة الأشكال والجدول

قائمة الاشكال و الجداول:

- 53 1. الهيكل التنظيمي لحزب جبهة التحرير الوطني بعد المؤتمر الثامن
- 58 2. جدول المعطيات العامة للانتخابات التشريعية (10 ماي 2012)
- 60 3. جدول نتائج التصويت (توزيع المقاعد بحسب الأحزاب و القوائم)



تعد الانتخابات من المظاهر الرئيسية المرتبطة بالاتصال السياسي والمشاركة السياسية في المجتمع، حيث تمثل الانتخابات أحد أهم أدوات التأثير المباشر على الرأي العام وصناعته في العملية السياسية، حيث يحاول المواطن أن يؤثر من خلال صوته الانتخابي أو بالاشتراك مع الآخرين .

وتشكل الانتخابات أهمية خاصة في الدول التي تأخذ بالنظام الديمقراطي التعددي و الجزائر واحدة منها، فالفوز في الانتخابات قد يؤهل المواطن لكي يصبح عضواً في النخبة السياسية، فضلاً عن أنها إحدى الوسائل السلمية الرئيسية لحل الصراعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. ومن الطبيعي أن تتأثر الانتخابات بجميع العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية.

و لقد أثار موضوع الاتصال السياسي الكثير من الجدل في أوساط علماء السياسة و علماء الاتصال و اهتموا بدراسة التفاعل بين الاتصال و العملية السياسية بصفة عامة، والعملية الانتخابية بصفة خاصة .

تعد استراتيجية الحملة الانتخابية بمثابة خارطة الطريق بالنسبة للحملة. فهي تضمن أن جميع أنشطة الحملة الانتخابية تعمل من أجل تحقيق الأهداف الكلية للحملة الانتخابية ؛ كما أنها تعد بمثابة النقطة المرجعية لتقييم مدى تقدم ونجاح الحملة الانتخابية ، ويعد وجود استراتيجية انتخابية مفيدا أيضا لإطلاع سائر المعنيين، مثل مسؤولي التمويل وغيرهم من صناع القرارات المالية، على خطط الحملة الانتخابية لضمان مشاركتهم ودعمهم.

و عليه تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

الأهمية العلمية : نظرا لقلّة المراجع و البحوث و الدراسات العلمية في مجال الاستراتيجية الاتصالية للانتخابات ، ارتأت الباحثة ضرورة البحث في هذا الموضوع ، وكذلك لتدعيم البحث العلمي في مجال

الاتصال الحزبي ، و كذا دراسة الاستراتيجيات الانتخابية المتبعة من قبل القائمين على حزب جبهة التحرير الوطني ، خاصة في الحملة الانتخابية لتشريعات 2012، لتكون كمرجع لتقييم ايجابيات و سلبيات الاستراتيجية الانتخابية ، لتكون هذه الدراسة مساهمة علمية حول إدارة و تسيير حملة انتخابية بالطرق العلمية .

أ- الأهمية العملية للدراسة : تعد هذه الدراسة إضافة عملية في مجال الاتصال السياسي ومن شأنها أن تساعد رجال السياسة و خاصة مناضلي الأحزاب السياسية في الاطلاع على طرق علمية حديثة تستخدم في مجال الاتصال الحزبي من اجل تطوير العمل السياسي في الجزائر و الأخذ بالتقنيات الحديثة في مجال الاتصال والاستراتيجيات الانتخابية .

مما جعلنا نطرح الإشكالية التالية:

— **إشكالية البحث:** يعتبر العمل السياسي وحدة متكاملة وعملية يساهم فيها العديد من الفواعل السياسية تتفاعل فيما بينها في بيئة سياسية ، ومن بين هذه الفواعل نجد النظام السياسي ، الأحزاب السياسية ، التسويق السياسي ، و غيرها .

الأحزاب السياسية تشكل ركنا أساسيا من أركان النظم الديمقراطية ، فالعمل الحزبي يؤثر على الحياة السياسية و على التطور الديمقراطي ، من خلال ترشيد السياسات ، تنوير الرأي العام ، مراقبة السلطة الحاكمة ، كذلك الدفاع عن المصلحة العامة و ثوابت الأمة .

تبنّت الجزائر التعددية الحزبية كإحدى آليات التحول الديمقراطي ، فظهرت في الحياة السياسية العديد من الأحزاب السياسية ، شاركت في مختلف الانتخابات التي جرت بعد التعددية الحزبية ، و تعتبر الانتخابات آلية من آليات الممارسة الديمقراطية التي أصبحت في أيامنا المعاصرة تحظى باهتمام بالغ من قبل مناضلي الأحزاب السياسية من اجل تحقيق هدف أي حزب سياسي و هو الوصول إلى السلطة او المشاركة فيها .

من هذا المنطلق تتبلور لدينا الإشكالية التالية لموضوع البحث : **ماهو دور الاتصال السياسي في الاستراتيجيات الانتخابية للأحزاب السياسية ؟**

و تتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية :

- 1- إلى أي مدى يتحكم حزب جبهة التحرير الوطني في التقنيات الحديثة للاتصال السياسي؟
- 2- ما هي الإستراتيجية الانتخابية التي اتبعتها حزب جبهة التحرير الوطني في الانتخابات البرلمانية لسنة 2012 ؟
- 3- كيف ساعد الاتصال الحزبي حزب جبهة التحرير الوطني لتحقيق نتائج ايجابية، أثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 2012 ؟

و للإجابة على هذه الإشكالية نقترح الفرضيات الثلاث الآتية:

- 1- الفرضية الأولى : لا توجد إستراتيجية انتخابية واضحة للانتخابات البرلمانية 2012 أدت إلى تحقيق النتائج الانتخابية الإيجابية فوز حزب جبهة التحرير الوطني بأغلب المقاعد، بل الوصول الى هذه النتائج حدث نتيجة لعوامل اخرى كالرصيد التاريخي للحزب او مشكلة الثقة و استمرار الامن.
- 2- الفرضية الثانية : النتائج المحققة في الاستحقاق الانتخابي لسنة 2012 هي نتيجة للإستراتيجية الانتخابية المحكمة التي اتبعتها حزب جبهة التحرير الوطني، وكذلك بفضل الاستراتيجية الاعلامية .
- 3- الفرضية الثالثة: تحقيق النتائج الايجابية في الانتخابات التشريعية 2012 تم بفضل التزوير و ليس نتيجة للإستراتيجية الانتخابية المحكمة او للإستراتيجية الاعلامية التي كانت مبرمجة او بفضل الرصيد التاريخي للحزب.

الدراسات السابقة:

اغلبية هذه الدراسات توصلت الى نتائج جيدة ركزت على جوانب و اغفلت جوانب اخرى لكنها لم تركز على الاستراتيجية الانتخابية و الاستراتيجية الاعلامية للحزاب السياسية منها:

- 1- اسماعيل مرزوقة : (الاتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية و الإعلامية) ،معهد علوم الإعلام و الإتصال ،جامعة الجزائر ،1995.

عالجت الدراسة مستويات الاتصال السياسي ، و الاتجاهات التقليدية و الحديثة في تحديد وظائفه و تحديد الخطاب الإعلامي و نظريات التأثير السياسي لوسائل الاعلام ،توصلت الدراسة إلى أن وسائل الاعلام شاركت في مناقشة القضايا السياسية أكثر من المسؤولين السياسيين و الحكام.

2-سليمة رابحي : (الأحزاب السياسية و عملية الاتصال السياسي في الجزائر) 2008 ، دراسة وصفية مقارنة لدور "حزبي جبهة التحرير الوطني" و "حزب العمال"، جامعة الجزائر،معهد علوم الاعلام و الاتصال.

تناولت الطالبة المشاركة الفعلية لهذين الحزبين في الحياة السياسية الوطنية بفضل تواجدهما في المجلس الشعبي الوطني خلال الفترة التشريعية الممتدة 200(2) 2007، و حاولت معرفة هل هل تساهم الأحزاب السياسية في عملية الاتصال السياسي في الجزائر؟ و إلى أي مدى يشارك حزب جبهة التحرير الوطني و حزب العمال في التقريب بين الحاكم و المحكوم؟ وصلت إلى عدة نتائج منها:

1- ضعف الإعلام الحزبي و أدواته الإعلامية مما أبقى خطاب الحزبين محدود الانتشار .

2- عدم تطوير هذه الاحزاب لأساليب اتصالها .

يبدو من خلال الدراسات الاخيرة حول الاحزاب و الانتخابات ان هناك ثغرة كبيرة فيما يخص الاهتمام بالاستراتيجيات الاعلامية و الانتخابية و عليه جاءت هذه الدراسة لملء هذا الفراغ و التركيز على الاستراتيجية لأنه بدونها لن يكون هناك نتائج ايجابية حسب تجارب الدول الديمقراطية و الجزائر يبدو انها تسير في هذا الاتجاه و انه من المفيد فهم هذا الموضوع في مثل هذا الوقت لتحقيق الانتقال الى مجتمع افضل بالطرق الديمقراطية و قد اخترت هذا الموضوع بناء على دوافع موضوعية و اخرى ذاتية .

- مبررات اختيار الموضوع : هناك دوافع ذاتية و اخرى موضوعية .

أ- دوافع ذاتية :

- اختيار حزب "جبهة التحرير الوطني" باعتباره من أكبر الأحزاب و اقدمها وأكثرها بروزا على الساحة السياسية الجزائرية، وأكثرها كذلك تمثيلا وحضورا في المؤسسات سواء التنفيذية أو المنتخبة على المستويين الوطني والمحلي و كذلك لرصيده التاريخي .

- الرغبة في ممارسة العمل السياسي و النضال الحزبي لخدمة الوطن و افراده .

- الرغبة في ممارسة التدريس الجامعي و الربط بين تخصصين تخصص علوم الاعلام والاتصال وتخصص العلوم السياسية ، باعتبار الأول تخصصي في الماستر و الثاني تخصصي في الليسانس .

ب- دوافع موضوعية :

-كثرة وتنوع و حداثة الأحزاب السياسية في الجزائر، يدفع أي مختص الى فهم حركيتها و دورها في المجتمع و مهامها : كالتنشئة السياسية والتعبئة و التجنيد و المشاركة السياسية و امكانية التحول نحو الافضل ا نشر الوعي السياسي و التعبئة و دفع المواطنين نحو المشاركة السياسية .

- اضافة لبنة للمجهود العلمي في مجال الاتصال الحزبي و الاستراتيجية الانتخابية والاعلامية.
-تتبيه الاحزاب السياسية الى اهمية الاساليب و الطرق الحديثة و العلمية لاستراتيجيات الحملات الانتخابية و الاعلامية .

حدود الدراسة:

اخترت فترة الحملة الانتخابية لتشريعات 2012 ، اما الحدود المكانية فهو مقر حزب جبهة التحرير الوطني.

كما تنص المادة 172 من القانون العضوي للانتخابات بان تكون الحملة الانتخابية مفتوحة 21 يوما قبل يوم الاقتراع ، و تنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع ، و إذا جرت دورة ثانية للاقتراع فان الحملة الانتخابية التي يقوم بها المرشحون للدور الثاني تفتتح قبل 12 يوما من تاريخ الاقتراع ، باستثناء الحالات المنصوص عليها في المواد 88 و 89 من الدستور و المتعلقة بحالة شغور منصب رئيس الجمهورية أو استقالته أو وفاته او انسحاب المرشحين في الدور الثاني .

ففترة الدراسة تمتد بين هذه التواريخ في انتخابات 2012 مع الإشارة الى ان الاتصال السياسي ليس مرتبط بالانتخابات فقط بل العمل على المدى الطويل و المتوسط و المستمر لكسب ثقة الجماهير .

الإطار المنهجي للدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع و القضايا التي يثيرها ، و التداخل بين الجانب الاعلامي و الجانب السياسي في هذه الدراسة فقد تم اللجوء الى الاستفادة من مقاربات في كلا العلمين منها مايلي

1- **منهج دراسة الحالة:** وذلك بالتركيز على أهم أدوات هذا المنهج، والذي أتت به مدرسة شيكاغو وذلك عن طريق "الملاحظة بالمشاركة"، إذ اخترت الاختلاط والتفاعل مع أعضاء حزب جبهة التحرير الوطني لمدة أطول، لكي تكون ملاحظاتي الميدانية أكثر دقة، وبالتالي

فهم و محاولة تفسير وتحليل وتقييم و تقديم البديل حول الاستراتيجيات الانتخابية و الاعلامية بشكل افضل .

2- **منهج تحليل المضمون:** لتحليل مضامين برامج حزب جبهة التحرير الوطني اثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 2012، بالإضافة إلى تحليلالات خطابه السياسي في الحملة الانتخابية بأبعاده.

3- **المنهج الوصفي :** من اجل جمع المعلومات و البيانات و المعطيات لتحديد طبيعة الظاهرة المدروسة .

أدوات الدراسة : سنستخدم العديد من أدوات البحث منها :

1 - **الملاحظة :** للإطلاع على كيفية اتخاذ القرارات حول الاستراتيجية الانتخابية و الاعلامية من خلال اختلاط الباحثة و لفترة من الزمن طوال انجازي لهذا البحث سنة 2012 و عدة اشهر من سنة 2013 بالمناضلين لمعرفة نوعية الاتصال الداخلي و الخارجي خاصة الاتصال السياسي المتبع في حزب جبهة التحرير الوطني.

2 - **المقابلة المباشرة** لانها تسمح برود الافعال و الفهم الصحيح المباشر من مصادر المعلومات الحية لهذا اجريت عدة مقابلات (7) مع القائم بالاتصال في حزب جبهة التحرير الوطني السيد: قاسى عيسى ، وكذلك مقابلات مع بعض الشخصيات البارزة من هم الطاهر خاوة رئيس الكتلة البرلمانية للحزب ، و السيد رشيد عساس عضو مجلس الامة ، وكذا السيد: بوحجة السعيد عضو المكتب السياسي رئيس الإعلام للحزب ، لاستقاء المعلومات من صانعي الأحداث

كأداتين ملائمتين لمثل هذا المنهج

- **أهداف الدراسة:**

تهدف الدراسة الى فهم العلاقة بين الاتصال السياسي و استراتيجية الاتصال الانتخابي و استراتيجية الانتخابات للانتخابات للاتي:

- توضيح العلاقة بين الاتصال السياسي و الحملات الانتخابية .

- الوصول الى نتائج عملية ميدانية توضح استخدام الاستراتيجية الانتخابية في الحملات الانتخابية لدى الاحزاب السياسية في الجزائر .

- ابراز اهم الاستراتيجيات الحزبية الانتخابية و طرقها و اساليبها الناجعة.

-خطة الدراسة:تتضمن الخطة مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة.

-الفصل التمهيدي:يتعرض للمفاهيم المختلفة الاستراتيجية الانتخابية و الاستراتيجية الاعلامية، كمفهوم الاتصال ، تعريف الاستراتيجية ،تعريف الأحزاب السياسية و تأثيرها على تطور مفهوم الانتخاب ،ومقاربات الاتصال السياسي كمقاربات المنهج الوظيفي لجبريل الموند ، و النموذج التحكيمي لكارل دوينش.

-الفصل الأول : يركز على توضيح العلاقة بين الاتصال الحزبي و الاستراتيجية الانتخابية،و عملية التداخل بينهما.

-الفصل الثاني : يعالج الواقع الحزبي في الجزائر بالتركيز على حزب جبهة التحرير الوطني كنموذج و دور الاتصال في الاستراتيجية الانتخابية للحزب (الحملة الانتخابية لتشريعات 2012)، لنختتم الفصل بقراءة تحليلية لنتائج الانتخابات التشريعية و علاقتها بالإستراتيجية الاعلامية و الانتخابية.

-خاتمة :عبارة عن حوصلة لما تم استعراضه في البحث، وإجابة عن مختلف إشكالاته.

الفصل التمهيدي

المبحث الأول:

ماهية الاتصال السياسي

قبل التطرق الى مفهوم الاتصال السياسي كأحد نماذج علم الاتصال ، لابد من عرض مفهوم الاتصال بصفة عامة.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال

يعرف قاموس أكسفورد الاتصال بأنه يعني: نقل و توصيل ، و تبادل الأفكار والمعلوما (بالكلام) وبالكتابة أو بالإشارات ، بحيث يتم تبادل المعلومات و الأفكار بين مرسل و مستقبل أو مرسل و مستقبلين بالإضافة إلى أنه يعني المشاركة في الرأي و اتخاذ القرار و الاشتراك في تبادل المعلومات و المشاعر و الاتجاهات و هذا يعني أن الاتصال يمثل عملية تفاعل أخرى تهدف إلى تقوية الصلات الاجتماعية عن طريق تبادل الأفكار و المشاعر و المعلومات و التخاطب أو التباغض¹.

كما يعرف قاموس وبستر Webster الاتصال بأنه {العملية التي يتم فيها تبادل المعاني بين الأفراد من خلال نسق متعارف عليه من الرموز كاللغة و الإشارات أو الإيماءات}²

و يعرف < معجم العلوم الاجتماعية > الاتصال بأنه عملية أساسية محسنة و نفهم من خلالها الناس و المواقف و نضفي عليها و عليهم معان معينة، و يتأتى تبعا لذلك أن نكون قادرين على التعامل معهم أي نوثر فيهم أو نتأثر بهم.³

¹ جمال محمد أبو شنب ، (نظريات الاتصال و الإعلام ، المفاهيم ، المداخل النظرية ، القضايا)، دار المعرفة الجامعية ، 2010 ، ص 11.

² السيد عبد الحليم الزيات ، (التنمية السياسية ، دراسة في الاجتماع السياسي)، ج 3 ، الأدوات و الآليات ، 2002 ، ص 64.

³ جمال محمد أبو شنب، المرجع السابق ، ص 13

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

ويعرفه ولبرشرام Schramm بأنه > عملية مشاركة في المعلومات .. المرسل و المستقبل ؛ بهدف إحداث تجاوب مع الشخص المتصل به ، و محاولة إشراكه في استيعاب هذه المعلومات أو نقل فكرة أو اتجاه¹

هناك اتفاق عام بين علماء الاتصال بان الاتصال هو كل ما يتعلق بانتقال الافكار و المعلومات من فرد الى اخر ، او من جماعة الى اخرى ، سواء كانت هذه طبيعة اجتماعية او ثقافية او علمية، و سواء كانت تتصل بالناس انفسهم او بالبيئة التي يعيشون فيها ، فالاتصال يعني التبادل مع الاخرين وهو يعني النقل و التفاعل.

يجب الاشارة الى ان هنالك مدخلين لتعريف الاتصال:

فالمدخل الاول: يرى ان الاتصال هو عملية يقوم فيها طرف (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) مما يؤدي الى احداث اثر معين على متلقي الرسالة.

اما المدخل الثاني: فيرى ان الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل و التي من خلالها يتفاعل الافراد على اختلاف ثقافتهم و ذلك بهدف اتاحة الفرصة لتوصيل المعنى و فهم الرسالة.

هناك انواع للاتصال نذكر منها الاتصال السياسي الذي هو محور دراستنا و الذي سنتطرق الى ماهيته في المطلب الثاني.

¹ السيد عبد الحليم الزيات ، المرجع السابق ، ص 65.

المطلب الثاني : مفهوم الاتصال السياسي

تنوعت تعاريف الاتصال السياسي من مفكر الى اخر، وذلك باختلاف ايدولوجيتهم الفكرية ، و من اهم هذه التعاريف تعريف دونتو وودروي (DentonWodro) حيث عرف الاتصال السياسي " باعتباره علاقة لتبادل الاراء و الحجج اي ان الاتصال يعني مناقشة عامة حول توزيع الموارد العامة ، و السلطة الرسمية و من يمتلكها _ ممن يمتلكون صلاحيات اصدار القرارات التشريعية و التنفيذية _ و المكنات الرسمية و العقوبات التي تقرها الدولة في شكل او اخر.¹

و الملاحظ على هذا التعريف انه يتضمن عمليات الاتصال المكتوبة و الشفهية ، لكنه لا يتضمن تلك الاتصالات ذات الطبيعة الرمزية ، و التي قد تكون اساسية لفهم عملية الاتصال ، كما انه لم يهتم بمصدر الرسالة في حين يجب ان يهتم بمحتواها لان مايجعل الاتصال سياسيا هو ان يكون قصد القائم على الرسالة هو التأثير في البيئة السياسية.

وكذلك عرف فولتون (FOLTON) الاتصال السياسي بأنه المجال الذي تتبادل فيه الخطب المتناقضة للفاعلين الثلاثة الذين لديهم مشروعية التعبير السياسي العلني وهم السياسيون و الصحفيون و الرأي العام.

ونرى من خلال تعريف دومنيك (DomenicFolton) انه ركز في تعريفه على عامل التفاعل داخل المجال العام ويعتبر الاتصال السياسي شرطا ضروريا للديمقراطية.

¹ عبد الغفار رشاد القسبي، (الاتصال السياسي و التحول الديمقراطي)، القاهرة: مكتب الاداب، 2007، صص 23-24.

نستنتج ان الاتصال السياسي هو اداة سياسية تستخدم بصورة دائمة¹ من قبل القائمين على الاتصال و كذلك القائمين على السياسة ، ويكمن مضمون الاتصال السياسي في ذلك النشاط الذي يحدث داخل العملية السياسية ، سواء كان متعلق بأعمال الحكومة او ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة و خارجها.

المطلب الثالث : وظائف الاتصال السياسي:

هناك مجموعة من الصعوبات في تحديد الوظائف التي يقوم بها الاتصال السياسي ، وذلك راجع لسببين رئيسيين هما:

التداخل الشديد بين الوظائف التي يقوم بها الاتصال السياسي و الوظائف التي يقوم بها الاتصال بصفة عامة.

1- الاختلاف بين الاتجاهات التقليدية و الحديثة في تحديد وظائف الاتصال السياسي.²

اهتم غابريال الموند بوظيفة الاتصال في المجتمع بصفة خاصة و بوظيفة الاتصال في النظام السياسي ، فقد شبه هذه الوظيفة بالدورة الدموية ، حيث شبه الاتصال بالدم في قيامه بوظائفه و الاهتمام لاينصرف الى الدم (الاتصال) لكنه يتجه الى ما يحمله الدم من تغذية للنظام³ .

ونذكر اهم الوظائف السياسية التي يقوم بها الاتصال:

¹ ناجي عبد النور،(المدخل الى علم السياسة)،عناية:دار العلوم،2007،ص61.
² سعد ال سعود،(الاتصال و الاعلام السياسي)،الرياض، دار الكتاب الحديث،2010،ص39.
³ المرجع السابق، ص 59.

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

- **وظيفة التنشئة السياسية:** تقوم وسائل الاتصال بهذه الوظيفة عن طريق تقديمها للمعلومات حول البيئة السياسية ، حيث ان التنشئة السياسية هي عملية مستمرة عبر مراحل الانسان.
- **التسويق السياسي :** و يعرف التسويق كونه تطبيقا لمبادئ التسويق و اسسه و اساليبه على الحياة السياسية ، فأطراف العملية السياسية يستخدمون هذه المبادئ في اتصالاتهم السياسية خصوصا في الحملات الانتخابية¹.
- **التاثير على الراي العام:** حيث ان معالجة القضايا و الاحداث تؤثر كثيرا في ادراك الناس لهذه الاحداث،فهي تزود افراد المجتمع بكافة المعلومات عن البيئة السياسية.
- **الرقابة على الحكومة :** توصف وسائل الاتصال بأنها تمثل دور الحارس اليقظ ضد استخدام السلطة من قبل الجهات الرسمية .
- **المساعدة في صنع القرارات:** فقد اثبتت الدراسات الامريكية ان لوسائل الاعلام تاثير كبير على القرارات السياسية وذلك لسببين:
1 - انها تعطي الشعبية او تمنعها عن صانع القرار .

2- صانع القرار يعتقد انها هامة فهو ينظر اليها كمقياس لرد فعل الناس اتجاه سياسته و قراراته².

3-المطلب الرابع: تعريف الإستراتيجية

أصل كلمة "إستراتيجية" يوناني "STRATIGOS" و هي جمع "STRATEGOY" و التي يقصد بها

"فن قيادة الجيش" ، حيث كانت تعني الخطة التي توضع لحماية الوطن وهزيمة الاعداء³.

¹ عبد الغفار رشاد القصبي، المرجع السابق، ص 106.

² سعد ال سعود، المرجع السابق، ص 81 و 80.

³ محمد احمد عوض، (الإدارة الإستراتيجية " الأصول و الأسس العلمية") ، الدار الجامعية طبع، نشر و توزيع، مصر ، 2001، ص: 03.

فبقيت لوقت طويل في المجال العسكري الى غاية " (1830) حيث يرى CLAUSE WITZ " ان
الاستراتيجية

" عبارة عن اختيار الميدان و الوقت و الإمكانيات للانطلاق و البدء في الحرب "¹

و يعرف " A.Chandler " الاستراتيجية على أنها: " تقوم بتحديد الغايات و الأهداف الطويلة الأجل
للمنظمة و اختيار الإمكانيات و النشاطات و تخصيص الموارد الضرورية للوصول إلى النتائج المطلوبة "²
أما بالنسبة لـ " An-Dew " : " الاستراتيجية تشتمل على مجموعة الأهداف و السياسات الأساسية و
الخطط لتحقيق الأهداف "³

ومنه فالعناصر الأساسية في الاستراتيجية أنها عبارة عن :

- اختيار التوجهات الطويلة الأجل لكل منظمة.
- تحديد نظام الأهداف.
- تثبيت حدود الإمكانيات المخصصة للوصول إلى الأهداف

المطلب الخامس : إستراتيجية الاتصال

تعتبر إستراتيجية الاتصال من بين العوامل الهامة المساعدة في عملية تحديد الطرق و الوسائل
المساهمة في تطبيق و أداء الإستراتيجية العامة للمنظمة و نظرا للخصائص التي تميز المحيط المتغير
للمنظمة جعل الاتصال اليوم جزء لا يتجزأ من التفكير الإستراتيجي.⁴

1 محمد احمد عوض، المرجع السابق، ص 22.

2 المرجع السابق، ص 25.

3 المرجع السابق، ص 32.

4 ناصر دادي عدون، (الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية " دراسة نظرية و تطبيقية ")، دون دار نشر، الجزائر، 2004، ص:71.

إن الإستراتيجية الجيدة للاتصال تجيب عن خمسة أسئلة أساسية¹:

1. ما هو الغرض من الاتصال؟ و ما هي أهدافه؟ و هل هي محكمة و محددة بحيث توضح العمل

المرجو القيام به أو السلوك المرجو تغييره؟

2. من هو الجمهور الأساسي المستهدف؟ و كيف يتم الوصول إليه؟ و هل تأخذ الجمهور الثانوي بعين

الاعتبار؟

3. ما هي الفائدة الأساسية المرتقبة؟

4. ما هي العناصر الداعمة؟

5. ما هي الاستجابة المرغوب بها ؟ أو ماذا تريد أن يقوم الجمهور المستهدف به؟

¹ موسى خليل، (الإدارة المعاصرة " المبادئ ، الوظائف، الممارسة")، الطبعة الأولى، لبنان : مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 2005، ص: 138.

المبحث الثاني

الأحزاب السياسية

المطلب الأول: تعريف الأحزاب السياسية

1- من الناحية اللغوية: عرف أبو بكر الرازي، الحزب في كتابه. مختار الصحاح على أن الحزب يعني الطائفة، و حزب الرجل بمعنى أصحابه، و يقال: تحزبوا بمعنى تجمعوا. والأحزاب تعني أيضا الطوائف التي تجتمع على محاربة الأنبياء⁽¹⁾.

- أما كلمة حزب في اللغة الانجليزية Party مشتقة من كلمة "Part" والتي تعني باللغة العربية جزء أو قسم.⁽²⁾ وهو يحتوي على جماعة من الناس، حيث ان هذا الجزء يفترض الكل الذي يتضمنه أو يرتبط به، فالحزب يعتبر جزء من بناء كلي، هذا البناء ليس مادي بحت، بل العنصر البشري هو الذي يشكل قوامه الأساسي.⁽³⁾

أما كلمة سياسي: مأخوذة من كلمة سياسية، والسياسة لغة : تفيد القيام بشؤون الرعية، واستخدام العرب لفظ السياسة، بمعنى الإرشاد والهداية.⁽⁴⁾

كما تعني بكل ما يتعلق بالسلطة، والصراع الذي يدور حولها وهي تعني أيضا السياسة بالنسبة للعامة، أما من الناحية العلمية، فالسياسة هي معرفة الظاهرة (أي ظاهر السلطة)⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ محمد بن أبي بكر الرازي، (مختار الصحاح) ، مكتبة لبنان ، لبنان، ص 198، ص 56

⁽²⁾ Yves Meny, Idéologie, (Partis Politiques est Groupes Sociaux), France: Presses de la Fondation Sociale des Sciences Politiques, 1989, Page 405.

⁽³⁾ إسماعيل علي سعد، (المجتمع والسياسة، دراسة في النظريات والمذاهب والنظم)، القاهرة دار المعرفة الجامعية، 1998، ص 368.

⁽⁴⁾ ناجي عبد النور، المرجع السابق، ص 12

⁽⁵⁾ Marcel Prelo, (Science Politique), P.U.F, Paris, 1967, P.10

وتشمل دراسة السياسة نظام الدولة وقانونها الأساسي ونظام الحكم فيها، وبالتالي توصف الجماعة بأنها سياسية عندما يكون هدف هذه الجماعة هو الوصول إلى السلطة، والبقاء فيها، أو الاشتراك فيها.

2 - من ناحية الاصطلاح :

كما أشرنا في البداية لا يوجد تعريف شامل وموحد للأحزاب السياسية ويرجع سبب التعدد في التعاريف إلى تعدد وظائف وأهداف وتركيبات الحزب

3 - من ناحية التنظيم:

يعتمد هذا التعريف على المنهج الوصفي، فهو يقوم بوصف الحزب من الناحية التنظيمية. فيعرفه ماكس ويبر M. Weber على أنه عبارة: "عن علاقات اجتماعية تنظيمية، يقوم على أساس الإنتماء الحر، والهدف إعطاء رؤساء الأحزاب سلطة داخل الجماعة التنظيمية من أجل تحقيق أهداف موضوعية، أو الحصول على امتيازات شخصية أو تحقيق الأمرين معا".⁽¹⁾

ويعرفه بيار ويغني P. Wigny حيث يقول: " ان الحزب تنظيم دائم ممثل بجزء من الرأي العام لأجل تنفيذ برنامج وطني بواسطة جهاز حكومي".⁽²⁾

ويعرف موريس دو فرجيه على أن الحزب: ليس جماعة واحدة ولكنه عبارة عن تجمع من الجماعات المتناثرة عبر إقليم، الدولة كاللجان الحزبية والمندوبيات وأقسام الحزب والتجمعات المحلية كل هذه

⁽¹⁾ Bernard E. Brown, Poy C, Macridis, (**Comparative politics, Note and Reading**) , London : EIGHTH. Edition, 1996, p 199.

⁽²⁾ محمد السويدي، (**علم الاجتماع السياسي**)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1990، ص 90.

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

الجماعات يرتبط فيما بينها الرابط التنظيمي الذي يقوم على أجهزة الحزب المختلفة، وهذا الإرتباط يقوم على أساس تدريجي هرمي".⁽¹⁾

ويعرفه إدرسلف Eldersveld على أن " الحزب السياسي هو جماعة إجتماعية لها نظام وهدف ونشاط مرسوم، تتكون هذه الجماعة من أفراد متقفين يقومون بأدوار محددة، ومتصرفين على أساس أعضاء ممثلين لهذا المجموع المحدد والمقابل للتعريف، وبالتالي فهو تنظيم وبناء".⁽²⁾

ويمكن أن نوجه نقدا لهذا التعريف الذي اعتمد على الجانب التنظيمي للدلالة على الحزب السياسي، فهناك الكثير من الجماعات الإجتماعية والدينية من تحمل صفة التنظيم، ولكنها لا تسمى أحزابا، كالجمعيات الثقافية والرياضية وكالتجمعات والمؤسسات الدينية التقليدية كالطرق الصوفية والزوايا، فهي تتميز بالتنظيم والدقة وتحاول تحقيق أهداف معينة، لكن لا يمكن ان تطلق عليها اسم "حزب سياسي".

إذا فتعريف الحزب السياسي من الناحية التنظيمية يعتبر تعريفا ناقصا ومبتورا لمفهوم الحزب.

4 - من الناحية الإيديولوجية:

وتركز هذه التعاريف على المكون الإيديولوجي للحزب، والأفكار والعقائد التي يعتنقها الأفراد المكونين لهذا الحزب.

ومن أهم رواده، إيدموند بيرك، وهالس كلانس، حيث يؤكدان على أن الأحزاب السياسية هي عبارة عن: "منظمة اتخذت من أجل العمل لتحقيق مصلحتها الوطنية وفق المبادئ التي يعتنقونها"⁽³⁾.

⁽¹⁾ موريس ديفرجيه، (الأحزاب السياسية)، ت: سامي الدوري وجمال الأتاني، بيروت: دار الجمل، ص 148، 149.

⁽²⁾ Yves Meny, O.P, Cit, P. 405

⁽³⁾ بطرس بطرس غالي، (المدخل في علم السياسة)، ط 5، القاهرة: مكتبة الانجلومصرية، 1976، ص 268.

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

وقد أكد (B. Constant) على الخاصية الإيديولوجية للحزب إذ يقول: "الحزب هو اجتماع عدد من الناس يعتقدون العقيدة السياسية نفسها"⁽¹⁾.

غير أن هذا التعريف يحمل الكثير من القصور فليس كل الأحزاب ذات طابع إيديولوجي فقد نجد الكثير من الأحزاب لا تعبر عن إيديولوجية فكرية واضحة، إذ كثيرا ما تعبر الأحزاب عن أفكارها، حسب مقتضيات الأحوال والظروف التي تمر بها، وليس كل الأحزاب ذات طبيعة إيديولوجية، كبعض الأحزاب في الجزائر "حزب الطبيعة والنمو" مثلا " فهو يحمل مشروع ساسي معين بدون التركيز على الجانب الإيديولوجي في خطاباته السياسية". كما أنه يوجد عدة تنظيمات نشطة في الساحة السياسية توجهها إيديولوجية معينة- بل تعتبر هذه الإيديولوجية هي الموجة وأساس قيام هذه الجماعات والمنظمات - غير أنها ليست أحزاب سياسية، مثل "جماعة الإخوان المسلمين" بمصر، التي ظلت تنشط في الساحة السياسية المصرية لأكثر من ثمانين (80) سنة، غير أنها لم تشكل حزبا سياسيا، إلا في الآونة الأخيرة بعد انهيار نظام حسني مبارك وإفراح المجال للتعددية الحزبية أكثر مما كانت عليه، ورفع الكثير من القيود التي كانت تعرقها.

تأثير الاحزاب على تطور مفهوم الانتخاب.

مر تطور مفهوم الحزب السياسي بمراحل تاريخية تأثر في كل مرحلة منها بمتغيراتها و في نفس الوقت ساهم في بلورة الانتخاب حسب معطيات كل حقبة و يمكن تقسيم هذه المراحل إلى ثلاث :

*المرحلة التقليدية .

*مرحلة الثورة الصناعية و بروز الطبقة البرجوازية.

*المرحلة الحالية.

¹ - اسماعيل الغزال، (القانون الدستوري والنظم السياسية)، لبنان : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1982، ص 204.

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

1 - المرحلة التقليدية: إن نشوء الأحزاب السياسية بالشكل الحالي هو ظاهرة حديثة العهد ، وهذا في الدول الانجلوساكسونية و التي تعد مهدا للظاهرة الحزبية و قد ظهر الحزب - تقريبا - على صورته الحالية في منتصف القرن التاسع عشر للميلاد¹. في هذه المرحلة كانت عملية المساهمة في اتخاذ القرار حكرا على أصحاب الامتيازات المادية أو الانتماءات الطبقية النبيلة، فقد احتكر الإقطاعيون و النبلاء و رجال الدين (الإكليروس) امتياز الانتخاب، كاحتكارهم لسائر الامتيازات المادية و الطبقية، فقد كان الانتخاب أي المساهمة في اتخاذ قرارات الدولة أو المملكة، متوقفا على الوضع الاجتماعي للفرد و كذا الوضع الاقتصادي، ففي الدولة-المدينة اليونانية القديمة كان حق حضور الجمعية العامة و الانتخاب حكرا على حوالي 40 ألف مواطن، و قد اقتصر عدد المؤثرين فعلا على حوالي 4 آلاف بينما قدر عدد سكان الدولة المدينة آنذاك بحوالي 400 ألف، لذا عرفت الديمقراطية اليونانية بديمقراطية الصفوة .

و في بريطانيا كانت الأصوات تشتري، حيث اشترى والبول أصوات قرى التاج لصالح حزبه باعتمادات الخزينة السرية²، و في فرنسا كان حق المشاركة و الانتخاب مجمدا بسبب خضوع البرلمان مباشرة للملك، فقد قال الملك لويس 15 أمام البرلمان في 3 مارس 1766 " في شخصي وحده تستقر السلطة العليا والي وحدي تعود السلطة التشريعية دون ارتباط و لا مشاركة، و عني يصدر النظام العام كله و حقوق الأمة و مصالحها هي بالضرورة متحدة مع حقوقي و مصالحتي و لاستريح إلا بين يدي " فقد كان للبرلمان الفرنسي دور استشاري فقط، و كان الملك يطلب من أعضاء البرلمان على ما يقترحه فرديا من قرارات و تشريعات.

¹ -BERNARD BADIE (**le développement politique**) economica, 5eme edition, paris, 1994 P.86.

² -مارسيل ميرل و البير مايبيلو، (الأحزاب السياسية في بريطانيا العظمى)، ترجمة: محمد برجوي، (بيروت: منشورات عويدات، 1970، ط1)، ص، 13.

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

حتى المناصب العليا في الدولة كانت تشتري بالمال و تبعا للمكانة الاجتماعية، و كذلك الشأن بالنسبة للقضاة اللذين كانوا يشكلون قوة كبرى لأن السلطات الإدارية لا تستطيع عزلهم لأنهم اشترى وظائفهم وهم يتوارثونها¹.

هنا صنف موريس ديفرجيه أساليب اختيار الحكام:

*أساليب تجعل من اختيار الحاكمين من شان المحكومين أنفسهم، و هي الأساليب الديمقراطية.

*أساليب لا تخول مهمة اختيار الحكام للمحكومين و هي الطرق الأوتوقراطية، هذه الأساليب هي التي سادت إمبراطوريات أوروبا القديمة و تنطوي تحتها عدة أساليب:

- اغتصاب السلطة: وهو أسبق صور اختيار الحكام ، حيث "كان أول ملك جنديا محظوظا"، ويتم ذلك

بصور متفاوتة:

* الثورات المستندة للقوى الشعبية.

* الانقلابات على نظام الحكم من قبل حكومات أخرى.

* الانقلاب العسكري.

- الوراثة:تنصب بصفة عامة على الأفراد لكن التاريخ أثبت أن هناك مجالس وراثية.

- الاختيار الذاتي:أي اختيار حاكم المستقبل بواسطة الحاكم القائم ، و يمكن أن ينطبق هذا على الهيئة

الحاكمة أيضا ، و قد ساد هذا حكم الأنطونيين *

1 -البير سوبول،(تاريخ الثورة الفرنسية):ترجمة،جورج كوسر ، منشورات عويدات،ط1 ، بيروت ، 1970 ،ص،66 .
* هم أباطرة رومان ،حكمو ما بين 96 و 52 للميلاد.

- القرعة: استخدمت في بعض المدن اليونانية القديمة.

- التعيين بواسطة حاكم آخر: تعتمد هذه الطريقة على الصفة التي وصل بها الحاكم الحالي الى الحكم، فاذا

وصل عن طريق التعيين فسيعين خلفه ، و اذا وصل عن طريق الانتخاب فسيعين خلفه بالانتخاب أيضا.¹

تبعا لما سبق لاحظنا أن حق الانتخاب كان مقيدا سواء على أساس مادي أو على أساس الوضع الاجتماعي أو الإنتماء الديني، و كان كغيره من الإمتيازات التي يستحود عليها هؤلاء، حيث كانت تركيبة البلاط الملكي انعكاسا بتركيبية المجتمع.

2 - مرحلة الثورة الصناعية: قامت هذه الثورة في أكبر الدول الأوربية، حيث مست المجال الاقتصادي و

الثقافي و العلمي و التكنولوجي، مثلما مست المجال السياسي، هذه الثورة أفرزت عدة متغيرات و من بين

ما أفرزته كان على المستوى الاجتماعي، حيث برزت طبقة جديدة هي الطبقة البرجوازية، و بفعل تغير

هيكله المجتمعات صار لزاما تمثيل هذه الطبقة على مستوى القمة، و يجب أن تتكافأ مكانة هذه الطبقة

الجديدة المادية مع وضعها في المجتمع، لتحصل على حق الانتخاب، و من ذلك استخدام حقوق الطبقة

الثالثة و المهمشة التي تشكل الغالبية، في نضالها للحصول على هامش أوسع من الحرية السياسية، و رغم

هذا كان في بداية الأمر، الحصول على حق الانتخاب أمرا بالغ الصعوبة، ففي فرنسا اقترح كالون إصلاحا

يتضمن إشراك الرعايا في إدارة شؤون المملكة و ذلك لتفادي قيام ثورة شعبية نظرا لتردي الأوضاع

الاجتماعية آنذاك، فأنشأ جهاز انتخاب للقادرين على الدفع أي على أساس الملكية العقارية و منه تأسيس

مجالس بلدية ينتخبها جميع الملاكين اللذين يبلغ دخلهم 600 ليرة، بقيت هذه المجالس استشارية لأن

السلطة الفعلية لإتخاذ القرار بيد الملك يمارسها عن طريق نوابه.²

¹- موريس ديفرجيه، (النظم السياسية)، ترجمة: أحمد حسيب عباس، (القاهرة: كامل مهدي للطباعة والنشر)، ص.ص، 14، 17 .
1- البير سوبول: مرجع سابق ، ص، 97.

الفصل التمهيدي: الاطار المفاهيمي و النظري للاتصال السياسي و الاستراتيجية الانتخابية

و في بريطانيا نشأت الأحزاب الحديثة بعد صدور وثيقة الإصلاح عام 1838¹، حيث ساهمت المنافسة ما بين حزبين الويغ و التوري في تعديل النظام الإنتخابي في بريطانيا على أساس حصولهما على قاعدة شعبية، و بالفعل زاد عدد الهيئة الانتخابية، وهو ما دفع الاحزاب للعمل على كسب اصوات أكبر عدد ممكن من الناخبين فعام 1830 كان عدد الناخبين في بريطانيا حوالي 220 ألف ناخب لكن بموجب وثيقة الإصلاح زاد هذا العدد الى 50 %، ثم تبعتها إصلاحات 1867 في القرى و عام 1884 في المقاطعات لتعطي حوالي 700 ألف بريطاني حق الإنتخاب، حيث إرتفع عدد أفراد الهيئة الإنتخابية من 3% عام 1830 إلى 16% عام 1886 و هو ما أدى الى إنتشار هذه الأحزاب على نطاق جغرافي واسع.

كانت كل عملية إنتخاب تفرز اصلاحات و تعديلات تفرضها الأحزاب في اطار منافستها على الوصول الى السلطة فعام 1872 تم إصدار تشريع من خلاله تم القضاء على الفساد الإنتخابي و تبعاً له صارت الإنتخابات سرية لتبرز ضرورة تنظيم الإنتخابات خارج البرلمان، فبتوجيه من بيل تشكلت جمعية تسجيل بعد سنة 1832 لتسجيل الناخبين الجدد على اللوائح الإنتخابية.²

بقيت الأحزاب تتاضل للحصول على تعديلات أعمق للنظم الإنتخابية و هو ما تناوله **هنتنغتون** تحت بند التنمية السياسية، فحسبه تتظمن هذه الأخيرة تنظيم مؤسساتي معقد إضافة الى إجراءات تنظيمية و كل ذلك في اتجاه توزيع و تبادل أوسع للسلطة، حسب ما يراه **فريدريك فري**.³

3- المرحلة الحالية : حالياً ارتبط مفهوم الانتخاب بالديمقراطية و مقتضياتها و لم يعد النقاش دائراً

حول من له حق الانتخاب لا سيما بعد حصول المرأة عليه بل صار حول كيف نقره من المواطن أكثر حيث ظهر الانتخاب عبر الانترنت مثل استراليا.

2- مارسيل ميرل و ألبير مايلو: مرجع سابق، ص، 10.

3- المرجع السابق، ص، 13-14.

4- عبدالغفار رشاد القصبى: **التطور السياسي و التحول الديموقراطي**، (ج1، القاهرة: كلية الإقتصاد و العلوم السياسية، ط2، 2006)، ص، 127.

المطلب الثاني : تعريف المشاركة السياسية

تعتبر المشاركة السياسية هي أساس الديمقراطية من خلال اتساع الاقتراع الشامل و امتداده بدرجات مختلفة من دولة إلى أخرى .

ويشير شومبتر و Schumpeter و كذلك المنظرون الانجلوسكسون من روبرت داهل Robert Dahl و جبريل الموند Gabriel Almond وسيدنس فيربا Sidney Verba إلى تقلص المشاركة السياسية التي تتطلب اقتراعا جماهيريا واسعا حيث يفضل البعض التجمعات الصغيرة¹ .

إن جمهور الاتصال السياسي هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام المتنافسة على مصادر الإشباع المعلوماتي التي تحقق له اكبر قدر ممكن من الإشباع لتحقيق أهدافه ومتطلباته.

¹Mark S Bonchek (**Thinking about Political Participation Finding The Right Theoretical Tool**)(Internet Source ,www Pin Library Pool-cog. Htm, United Nations Hight Commisionner for Human Rights, Geneva, Copyright 1997).

الفصل الأول

المبحث الأول

تعريف الانتخابات

الانتخابات تعني لغة الاختيار، وتعني من الناحية القانونية الوسيلة أو الطريقة التي بموجبها

يختار المواطنون الأشخاص الذين يسندون إليهم مهام ممارسة السيادة أو الحكم نيابة عنه م¹.

والانتخابات هي إحدى عمليات صنع القرار التي يتم فيها الاختيار من بين مجموعة من المرشحين لشغل منصب معين من مناصب الدولة، وتتم عملية الاختيار من قبل الشعب. وتعتبر الانتخابات هي الطريقة التي تتبعها الدول الديمقراطية حديثاً لشغل الوظائف في الدولة سواء كانت وظائف سياسية أو وظائف خدمية، كما تتبع بعض القطاعات الخاصة نظام الانتخاب لشغل وظائفها خاصة عندما يتعلق الأمر بالمناصب القيادية في تلك القطاعات. ولكل بلد قانون انتخابي ينظم سير العمليات الانتخابية فيه وفقاً لما ينص عليه الدستور.

خلاصة القول إن الانتخابات هي عملية إجرائية تتم وفقاً لقواعد معينة بهدف اختيار كل أو بعض المسؤولين الرسميين في الدولة. وهي أداة شرعية لمشاركة المواطنين وتمكينهم من المساهمة في عملية صنع القرار، وكذلك مشاركتهم في عملية الإصلاح السياسي. وهي أيضاً أداة لإحداث تحول سياسي في النظام السياسي، وهذه عملية صعبة تتم عبر فترة ممتدة من الزمن.

المطلب الأول: أهمية الانتخابات

هناك أهمية كبيرة للانتخابات، وذلك نظراً لما تؤديه من وظائف هامة، يأتي في مقدمتها ما يلي:

¹ ابتسام القرام، (المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري) -باللغتين العربية و الفرنسية- قصر الكتاب، البلديّة، الجزائر، 1998، ص: 276.

• تمثل الانتخابات آلية لاختيار الأفراد لتولي المناصب السياسية، مما يضفي شرعية على النظام السياسي ويجعله مقبولاً، ويجوز رضا المواطنين.

• تعد الانتخابات أداة رئيسية لتشكيل الحكومات في النظم البرلمانية الديمقراطية كحالة بريطانيا، حيث يتم فيها اختيار رئيس الحزب الفائز لتولي الحكومة. كما أنه في النظم الرئاسية كحالة الولايات المتحدة الأمريكية، فإن رئيس الدولة يختار اعتماداً على نتائج الانتخابات.

• تساهم الانتخابات في تمثيل التيارات المختلفة داخل البرلمان بطريقة عادلة، وتكوين حكومات مستقرة تمثل غالبية الشعب.

• تشكل الانتخابات الحرة والنزيهة أحد أهم المؤشرات على ديمقراطية النظم السياسية المعاصرة. إلا أن الانتخاب كآلية لإحداث التحول الديمقراطي يمكن أن يمثل مؤشراً صحيحاً وأحياناً مضللاً، حيث أن نتيجة الانتخابات يمكن أن تؤدي إلى: ديمقراطية صحيحة أو ديمقراطية زائفة. ويتوقف ذلك على طبيعة النظام الإطار السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تتم فيه عملية الانتخابات لمراقبة داخلية وخارجية لضمان توافر هذين البعدين.

المطلب الثاني: الانتخاب حق و واجب

يرى قسم من فقهاء القانون أن الانتخاب حق من حقوق المواطن على اعتبار أن هذا المواطن يتولى جزءاً من سيادة الشعب يمارسها في الحياة العامة، وتكمن هذه المساهمة بالانتخاب، ولذلك يعتبر الانتخاب حقاً من حقوقه الأساسية¹.

ووفقاً لوجهة النظر الفقهية فإن السلطة الانتخابية تعطي كل مواطن حق لا يجوز نزعه منه، لأنه من حقوق الإنسان الناشئة عن شخصه، وبما أن الانتخاب حق شخصي فإن المواطن حر في ممارسة هذا الحق أو عدم ممارسته¹.

ويرى قسم آخر من فقهاء القانون أن الانتخاب وظيفة واجبة على المواطن لا يجوز إهمالها، ويستند أصحاب هذا الرأي إلى القول بأن السيادة الشعبية تتولاها الأمة بشخصيتها المعنوية المستقلة عن أعضائها الطبيعيين، وأن المواطنين الذين يمارسون سلطاتها ليسوا سوى أعضاء في هذه الأمة يقومون بوظيفة التصويت باسمها لانتخاب ممثليها، إذ إنه حين يمارس المواطنون الانتخاب يقومون بإجراء وظيفة معينة حددها القانون لهم بصفتهم أعضاء في الأمة صاحبة السيادة².

وبالنظر الدقيق في الانتخاب، يمكن القول إن الانتخاب هو حق وواجب: فهو حق فردي يكفله القانون، كما أنه وظيفة واجبة الأداء.

المطلب الثالث: مراقبة الانتخابات و فوائدها

عملية المراقبة على الانتخابات هي محاولة من جانب جماعات دولية أو حكومية محلية أو غير حكومية لضمان أن عملية الانتخابات تتسم بالحرية والنزاهة Free and Fair حيث أن عملية الانتخابات الحرة هي حق إنساني عالمي تم التأكيد عليه في ميثاق الأمم المتحدة.

وترجع أهمية هذين البعدين (الحرية والنزاهة) إلى أنهما يعتبران من أهم المؤشرات على ديمقراطية النظام السياسي.

¹ سامي جمال الدين، مرجع سابق، ص: 194.

² عبد الغني بسيوني عبد الله، مرجع سابق، ص: 160.

ويقصد بحرية الانتخابات القدرة على اختيار بديل واحد من مجموعة بدائل بحرية وبعيداً عن أي قهر (يقصد بالقهر أن كل الاختيارات تكون محظورة باستثناء بديل واحد) وقد تم التأكيد عليها من خلال المادة 19 من العهد الدولي لحقوق الإنسان المدنية و السياسية¹. بينما نزاهة الانتخابات Fairness تعني وجود مساواة بين مختلف الفئات، وعكس النزاهة المعاملة غير المتساوية لمتساويين.

وبشكل عام فإن الحرية تتعامل مع قواعد اللعبة الانتخابية، ولذلك فإن لها الأولوية، حيث أنها تمثل شرط أساسي للديمقراطية وبدون حرية الانتخابات لا يكون هناك مجال للسؤال عن نزاهة الانتخابات².

وفي ظل التطورات الدولية المعاصرة ومع ازدياد عدد الدول التي بدأت عملية تحول ديمقراطي، ازدادت أهمية الرقابة سواء قامت بها منظمات دولية (الأمم المتحدة . الاتحاد الأوربي . منظمة الوحدة الأفريقية)، أو قامت بها منظمات حكومية (منظمات المجتمع المدني، أو مندوبي الأحزاب)، أو قد تقوم بها أحياناً جهات حكومية داخلية لمراقبة سير العملية الانتخابية.

وعادة ما تتم مراقبة الانتخابات على ثلاث مراحل:

- **مرحلة ما قبل يوم الاقتراع:** في هذا الإطار يتم الرجوع إلى عدة مؤشرات للتأكد من اتسام الانتخابات بالحرية مثل حرية الاجتماع، حرية الحركة والتنقل، والتأكيد على حق الاقتراع بشكل متساو وعام. كما أن هناك عدد من المؤشرات التي يمكن مراعاتها للتأكد من نزاهة الانتخابات في هذه المرحلة مثل شفافية عملية الانتخاب، ونظام انتخابي لا يمنح صلاحيات لفئة دون أخرى، ووجود فرص متساوية لمرشحي الأحزاب والمستقلين، وغياب القيود على عملية الترشيح.

¹ المادة 19 تنص على أنه: - "لكل إنسان حق في اعتناق آراء دون مضايقة - لكل إنسان حق في حرية الرأي و في حرية التعبير..."
² أنظر المادة 21 من (الإعلان العالمي لحقوق الإنسان) الصادر في 10 ديسمبر 1948.

- المرحلة الثانية "يوم الاقتراع": وفي هذه المرحلة يتم مراجعة بعض المؤشرات للتأكد من حرية الانتخابات مثل (حرية المشاركة في الانتخابات . تصميم مناسب لورقة الاقتراع . صناديق اقتراع ملائمة . سرية الاقتراع . حماية مراكز الاقتراع).

- المرحلة الثالثة "مرحلة ما بعد الانتخابات": ومن أهم المؤشرات على حرية الانتخابات في هذه المرحلة إعلان رسمي لنتائج الانتخابات ومعالجة أي شكاوى حول نتائج الانتخابات. ومن المؤشرات التي تؤكد نزاهة الانتخابات في هذه المرحلة وجود إمكانية قانونية للتظلم من نتائج الانتخابات.

وبشكل عام يمكن القول أو الرقابة على الانتخابات أصبحت آلية رئيسية تقبلها كثير من النظم الديمقراطية والنظم حديث التحول نحو الديمقراطية لضمان نزاهة وحرية العملية الانتخابية.

المبحث الثاني

الحملة الانتخابية

تبرز الحملة الانتخابية في الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المعدة رسمياً وقانونياً بموجب قانون الانتخابات.

ويتقدم المرشحون خلالها بعرض برامجهم وسياستهم على الناخبين.

وقد لجأ المشرع ومعه السلطات التنفيذية والقضائية إلى تأمين مبدأ المساواة بين المواطنين وضبط وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية. إذ يفرض مبدأ المساواة أن تؤمن الدولة لجميع المرشحين التسهيلات اللازمة لتنفيذ الحملات الانتخابية وأن تحول دون تجاوز أحد المرشحين استعمال وتوظيف

امتيازاته، وخاصة الأموال ووسائل الإعلام العامة على نحو غير مشروع وغير متكافئ مع المرشحين الآخرين.

وتعد الحملات الانتخابية السياسية التي تقوم بإعدادها وتنفيذها الأحزاب السياسية والجماعات السياسية في أوقات دورية لحث الناخبين وإقناعهم بتأييد مرشحهم في الانتخابات، أوضح وأقوى وسائل وأساليب الاتصال السياسي وأكثرها فعالية وكثافة في الدول الديمقراطية¹.

المطلب الأول: تعريف الحملة الانتخابية

مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات عن برنامجه وسياساته وأهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والأساليب والإمكانات المتوافرة، من خلال جميع قنوات الاتصال والإقناع، وذلك بهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات.

المطلب الثاني : عناصر الحملة الانتخابية

هناك ثلاثة عناصر للحملة الانتخابية:

- الرسالة

- الأموال

- المؤيدون "الآلة"

أ. الرسالة

¹ Richard Lynch ,Paul Baines,John Egan,(**Marketing Strtegy and Political Campaigning**), London Middlesex University Discussion Paper Series,2002,pp :1-2 ;on line :www,mdx.ac.uk.

- الرسالة Message وهى "عبارة قصيرة ومختصرة توضح لماذا يجب أن يختار الناخبون هذا المرشح أو هذا البرنامج دون غيره يوم الانتخابات، ولكل رسالة شعار أو رمز.

- أو هى تعبير مباشر وموجز يلخص أهداف الدعاية ويمكن تكراره بسهولة ويسر في جميع الوسائل وبكل الطرق المستخدمة حتى يصبح أداة تمييز للجماعة أو الحزب أو الزعيم أو المرشح، ويمكن بعد فترة اعتبارها نداءات للنضال أو هتافات لتأييد المرشح أو الحزب"

- من أمثلة هذه الرسائل:

- الحق فوق القوة والأمة فوق الحكومة.

- الإسلام هو الحل.

وضع جوبلر عدة شروط للرسالة الجيدة:

- يجب أن يتوفر في الألفاظ المتضمنة في الشعار القدرة على إثارة الاستجابة المرغوبة وتحقيق الصدى والتأثير المستهدف لدى الجمهور.

- يجب أن تتسم الرسالة بالبساطة والسهولة واليسر في الصياغة حتى يمكن حفظها وترديدها.

- تكرار الشعارات في المواقف المناسبة .

- يجب ألا تكون الرسالة من النوع الذي يرتد في النهاية إلى القائم بالدعاية - أي تجنب الدعاية المضادة.

ب - الأموال

- لا يمكن القيام بأية حملة انتخابية بدون أموال، وعليه تصبح عملية توفير الدعم المالي للحملة الانتخابية أمراً ضرورياً.

- ويشير مفهوم تمويل الحملة الانتخابية إلى الأنشطة المالية في الحملة الانتخابية (أي تلك الأنشطة المتعلقة بتوفير التمويل الخاص بالحملة الانتخابية، وإدارته، وصرفه، والمحاسبة عليه).

- تنظم قواعد إجراء الانتخابات معايير قبول ونشر الأموال الخاصة بالحملة الانتخابية وحدود ذلك.

الأموال وأشكال الدعاية الانتخابية

- الأموال المنصرفة في الحملات الانتخابية قد تكون خاصة أو عامة.

- دعاية مدفوعة Paid Media مثل الإعلانات في وسائل الإعلام واللافتات والملصقات وغيرها¹.

- دعاية غير مدفوعة Unpaid Media مثل التغطية التي يحصل عليها المرشح أو الحزب في وسائل الإعلام.

ج. الآلة: البشر

المقصود بالآلة هنا هم الجيوش البشرية التي تعمل تطوعاً من أجل مساندة مرشح معين، فهم ليسوا فقط برامج وأدوات دعائية متحركة على الأرض، بل هم أيضاً المحشدون لأصوات الناخبين، والمراقبون لسير العملية الانتخابية.

¹ عبد الرحمن عبد الباقي، (دراسات في الإعلان)، دار المعارف، القاهرة، ص79.

المطلب الثالث : أطراف العملية الانتخابية

- البيئة الانتخابية: مثل طبيعة النظام السياسي والنظام الانتخابي ومدى الوعي السياسي للمواطنين أو جمهور الناخبين.

- الهيئة الناخبة وكل مرشح يمكن أن يصنف أهالي الدائرة التي يرشح نفسه فيها إلى: مؤيدين ومن ثم يسعى إلى كسب استمرار تأييدهم، والمحايدين ويسعى إلى استمالتهم وخاصة المحايدين الإيجابي (الذي ينوي المشاركة في الانتخابات)، والمعارضين وهؤلاء من الصعب كسب أصواتهم.

المبحث الثالث

الدعاية الانتخابية

المطلب الأول : علاقة الارتباط بين الدعاية الانتخابية والدعاية السياسية

استمرار الدعاية بكل الوسائل والأساليب الممكنة للحزب السياسي هو تدعيم للدعاية الانتخابية أو الحملة الانتخابية التي يقوم بها الحزب السياسي، إذ أن الحملة الانتخابية تحتوي على المرتكزات الدعائية والأساليب الإقناعية للبرنامج السياسي والسياسيات والمبادئ التي قام على أساسها مضمون الدعاية السياسية للحزب، مع الأخذ في الاعتبار أهمية استثمار الاتجاهات والأحداث والمواقف السياسية الجديدة ومتابعة بعض التغيرات الطارئة التي يمكن الاستفادة منها وتطويرها في الحملة الانتخابية¹.

¹ بن الصغير زكريا، (الحملة الانتخابية-مفهومها وسانلها وأساليبها)، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2004، ص 55.

المطلب الثاني : تأثير الحملات الانتخابية

1- التنشيط

زيادة الاهتمام العام بالمسائل والقضايا السياسية والمشاركة في المناقشات السياسية والاجتماعات الانتخابية أو التصويت في الانتخابات، بغض النظر عن نوعية أو اتجاه الحزب أو المرشح السياسي الذي سيقوم الناخب بالتصويت له .

2- التدعيم

لا يقتصر على إقناع الناخبين بسلامة الاختيار؛ بل يمتد إلى الحماية من تأثير الحملات الانتخابية المضادة الخاصة بالمرشحين المنافسين أو الاتجاه المعارض والتي قد تؤثر بدرجة على الناخبين المترددين في تأييد أحد المرشحين .. وهو ما يتطلب إلى حد كل المرشحين على الوصول إلى الناخبين عامة.

3- التحويل

هي احتمال تحول بعض الناخبين من حزب سياسي إلى حزب سياسي آخر .. أو من مرشح سياسي إلى مرشح سياسي آخر وتبرز في هذا المجال الحملات الانتخابية التليفزيونية.

المطلب الثالث : استراتيجيات الحملات الانتخابية

يمكن تحديد عدة استراتيجيات للحملات الانتخابية وفقاً للنظم السياسية المختلفة كما يلي¹:

¹ بن الصغير زكريا، المرجع السابق، ص60

أ. الإستراتيجية الأولى: الحملة التي تعتمد على الحزب السياسي:

حيث يدير المرشح الحملة الانتخابية على أسس ومعايير حزبية بمعنى التركيز والتأكيد على انتماء المرشح الحزبي، وعلى الصورة الذهنية الإيجابية التي يتمتع بها الحزب السياسي وتعاضم شعبيته من جماهيره مؤيديه. ويعتمد المرشح في هذه الحالة على برامج وأفكار الحزب السياسي وسياساته ومواقفة السابقة والمحددة في القضايا الوطنية والقومية والاقتصادية.

وترتبط هذه الإستراتيجية بهوية الحزب السياسي وصورته الذهنية لدى جماهير الناخبين، وتتشط العناصر المؤيدة للحزب والتي تنتمي له حتى تصبح أكثر نشاطاً من زاوية المشاركة السياسية والتصويتية في الانتخابات لصالح مرشحي (الحزب) ويعد استخدام هذه الإستراتيجية مناسباً إذا كان الحزب السياسي يتمتع بجماهير كبيرة.

ب. الإستراتيجية الثانية:

الحملة الانتخابية التي تعتمد على المرشح السياسي، وهناك يكون مجال التركيز في الحملة الانتخابية على المرشح السياسي وصفاته الشخصية وسماته ومميزاته وإنجازاته السابقة ومواقفه السالفة من بعض القضايا الوطنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية المهمة وتعريفه وتقديمه بصورة متكاملة¹.

فضلاً عن بناء وتدعيم الصلة أو الرابطة بين المرشح وقادة الرأي ورجال السياسة والفكر والإعلام وغيرهم من ذوي المكانة المتميزة، مما يزيد من حجم التأثير الإقناعي على القطاع الأكبر من جمهور الناخبين المستهدف.

¹ بن الصغير زكريا، المرجع السابق، ص 62.

وغالبا ما يلجأ حزب الأقلية أو الحزب المعارض إلى استخدام هذه الإستراتيجية في الدعاية الانتخابية، كما أن هذه الإستراتيجية تكون مناسبة أيضا إذا كان مرشح الحزب السياسي في الانتخابات يتمتع بجاذبية خاصة يمكن أن تؤثر بفاعلية على جمهور الناخبين أو له صفات أو خصائص استثنائية أو غير عادية ويفرد بها.

ومن أبرز الأمثلة التي تعتمد على المرشح السياسي العملية الانتخابية للرئاسة الخاصة بالرئيس أيزنهاور والرئيس كيندي في الولايات المتحدة الأمريكية.

ج- الإستراتيجية الثالثة: الحملة الانتخابية التي تركز على قضايا معينة:

الحملة الانتخابية التي تركز على قضايا معينة حيث يتم التركيز في الحملة الانتخابية على بعض القضايا المهمة التي قد يتم الإعداد والتمهيد لها قبل تنفيذ الحملة الانتخابية أو برزت أهميتها وصارت قضية ملحة تفرض نفسها على المواطن العادي في توقيت يتزامن مع الحملة الانتخابية¹.

من ثم فإن تركيز الحملة الانتخابية على مثل هذه القضايا والموضوعات يزيد من فرص الاهتمام بالحملة ويزيد من درجة تأثر الناخبين بالموقف أو الاتجاه الذي تتبناه الحملة الانتخابية.

ويلاحظ في بعض الأحيان أن هذه القضايا كثيرا ما تتسم بالعمومية والبعد عن الجزئيات والتفاصيل، سعياً وراء كسب ثقة وتأييد النموذج الشائع بين الناخبين والمستهدفين.

ويتم استخدام هذه الإستراتيجية في العديد من الحملات الانتخابية الرئاسية الأمريكية. ومن أبرز الأمثلة لهذه الإستراتيجية هيوبرت همفري في حملة الانتخابية عام 1968 حيث تم التعبير عن حملة

¹ Ross Wirth, PH.D ;(Strategic Planing) ,2005, online :www.entarga.com.L Stratplan L Plangsteos.HTM.

الانتخابية في شكل قضايا عامة وشعارات معينة مثل؛ يجب أن ندعم القانون والنظام "ويجب أن نضع حداً لحرب فيتنام" ويتم ذلك دون مناقشة تفصيلية وموضوعية لمثل هذه المسائل والقضايا المعقدة.

ويرى الباحث أن القائم بالدعاية الانتخابية يجب ألا يفصل بدقة بين هذه الاستراتيجيات في الحملات الانتخابية. ومن الناحية التطبيقية والواقعية يتعين الجمع بين هذه الاستراتيجيات الثلاث للحملات الانتخابية التي يقوم بها المرشح السياسي بغرض إحداث أقصى تأثير على اتجاهات الناخبين وسلوكهم ومواقفهم، وبهذا يمكن المزج والتكامل بين هذه الاستراتيجيات والأخذ بأكثر من إستراتيجية في إطار الدعاية الانتخابية¹.

المطلب الرابع: المراحل التنفيذية للحملة الانتخابية

المرحلة الأولى :- مرحلة دراسة موقف الحزب أو المرشح.

المرحلة الثانية :- مرحلة التقديم.

المرحلة الثالثة :- مرحلة الانتشار.

المرحلة الرابعة :- مرحلة التحديد والتركيز.

المرحلة الخامسة :- مرحلة الحسم والبروز

تخطيط حملات الدعاية الانتخابية

المزايا:-

¹ بن الصغير زكريا، المرجع السابق، ص65.

1- تنظيم إطار فكري موحد أو منطق دعائي متكامل يحكم الحملة الانتخابية للحزب السياسي ومرشحيه

2- الاستثمار الأمثل لمخصصات الحملة الانتخابية وبما يضمن التكرار المناسب والوصول والتأثير والاستمرار فضلا عن المتابعة الدائمة لأنشطة الحملة الانتخابية .

3- توفير رؤية تكاملية شاملة بين كافة الوسائل والرسائل والأساليب والأنشطة الدعائية والشعارات والرموز المستخدمة في الحملة الانتخابية، وبما يتفق مع مضمون الدعاية السياسية للحزب، مع مراعاة الأحداث والمواقف والقضايا التي ترتبط باتجاهات التصويت لدى القاضين .

4- إمكانية تحديد مضمون الدعاية المضادة، واختيار المنطق الدعائي الملائم للرد على الدعاية الانتخابية المضادة في كل دائرة من الدوائر التي تغطيها الحملة.

خطوات تخطيط الحملة الانتخابية:

و فيما يلي نعرض الخطوات الخاصة بتخطيط الحملة الانتخابية¹

1- جمع البيانات والمعلومات اللازمة وتحليلها.

2- تحديد مرتكزات الحملة الانتخابية أو الأهداف الأساسية للحملة الانتخابية.

3- تحديد العناصر الرئيسية المكونة للحملة الانتخابية.

4- تقدير نفقات الحملة الانتخابية، وتحديد مصادر التمويل للحملة الانتخابية ووسائله وأساليبه.

5- تحديد المراحل التنفيذية للحملة الانتخابية والتوقيت الزمني الخاص بكل مرحلة وأهم الوسائل

¹ Ross Wirth, PH.D ;(Strategic Planing) ,2005, online :www.entarga.com.L Stratplan L Plangsteos.HTM.

والأساليب والأنشطة التي يجب تحديدها في كل مرحلة من مراحل تنفيذ الحملة الانتخابية.

6- جدولة الحملة الانتخابية.

7- دراسة الحملات المضادة للمرشحين المنافسين ومدى فعاليتها ومحاولة التنبؤ بوسائل وأساليب

الدعاية في الحملات الانتخابية المضادة وتحديد وسائل وأساليب الرد عليها وتنفيذها.

8- متابعة فاعلية وتأثير الحملة الانتخابية على هيئة الناخبين.

9- تنظيم عدد من الحملات الانتخابية المصغرة في إطار متكامل مع الحملة الانتخابية الرئيسية

10- التخطيط المدروس للمرحلة الأخيرة من مراحل تنفيذ الحملة الانتخابية.

أولاً: جمع البيانات والمعلومات اللازمة وتحليلها:

أ- دراسة العوامل البيئية المؤثرة في الناخبين.

ب- دراسة المتغيرات الخاصة بعملية الدعاية الانتخابية.

ت- دراسة اتجاهات التصويت لدى الناخبين.

ث- دراسة وسائل الاتصال وأساليب الدعاية المستخدمة في الحملة الانتخابية.

ج- جمع البيانات والمعلومات التفصيلية عن المرشحين المنافسين في الأحزاب السياسية المنافسة في

كل دائرة من الدوائر الانتخابية التي تغطيها الحملة.

ح- دراسة الموقف الداخلي للحزب السياسي داخل الدائرة الانتخابية من حيث المرشحين والتمويل ومدى التأثير من الناخبين في الدائرة.

ثانياً :- تحديد العناصر الرئيسية المكونة للحملة الانتخابية

تتمثل هذه العناصر في النقاط التالية¹

أ- العوامل الخاصة بالحزب أو المرشح السياسي.

ب- وسائل الاتصال للدعاية المستخدمة في الحملة الانتخابية.

ت- دراسة القائمين بالدعاية الانتخابية وتحديد المسؤولين.

سبع قواعد للدعاية المضادة يمكن استخدامها في الرد على الحملات الانتخابية المضادة وهي²:

1- سلخ الدعاوى الرئيسية للمرشح الخصم وتجريدها من أسلوبها العاطفي وكشف تناقضها.

2- مهاجمة مواطن الضعف في الحزب السياسي المنافس أو المرشحين المنافسين.

3- عدم مهاجمة مواطن القوة في الحملة الانتخابية، وأفضل أسلوب لمهاجمتها هو التسليم بالدعاوى

الرئيسية للخصم ثم محاولة ربطها بالنتائج المضادة التي تشوه موقفه وصورته أمام الناخبين.

4- التنديد بالخصم والبحث في ماضي الحزب أو المرشح السياسي على تصريحاته أو اتجاهات

تتعارض مع تصريحاته واتجاهاته الحالية، ويعتبر في هذا المجال المهاجمة الشخصية من خلال

التناقض والخطأ والمواقف السياسية السلبية من الهجوم المنطقي الموضوعي.

¹ محمد سعد أبو عامود، (التسويق السياسي و إدارة الحملات الانتخابية) منشأة المعارف بالسكندرية، 2008، ص 166.

² نفس المرجع، ص 165.

5- وضع دعاية المرشح المنافس في تناقض مع الحقائق والوقائع المتفق عليها.

6- تسخيف المرشح الخصم بالدعاية الهزلية الساخرة إما بتقليد أسلوبه وحركاته، أو الحكايات القصيرة

وإذاعة النوادر والحكايات التي تسخر منه مع إضافة الكاريكاتير السياسي في الصحف والنشرات.

7- العمل على إبراز الحزب أو المرشح وهيمنة جو القوة والإيحاء بإجماع الناخبين على تأييد وفرض

لغة الحملة الانتخابية وشعاراتها ورموزها في الدائرة الانتخابية.

مما سبق يتضح أن إدارة الحملة الانتخابية هي عملية حرفية على أعلى درجة من المهنية، وذلك

يتطلب بداية حسن اختيار مدير الحملة الذي يملك العلم الضروري بمفردات الحملة وله سابق خبرة في

إدارة الحملات الانتخابية، ثم يقوم هو باختيار فريق العمل الذي يجب أن يضم كل التخصصات المطلوبة

في إدارة الحملة وله حرية الحركة في اختيار المستشارين وذوى الخبرة عند الحاجة، وإذا راجعنا مفردات

الحملة وجداول الأنشطة المطلوب تنفيذها؛ أدركنا حجم الجهد والحرفية المطلوبة في إدارة الحملة، ولذلك

فالبعض يتعتبر الانتخابات هي أكبر عملية لوجستية بعد الحرب؛ لتعدد أنشطتها وبالتالي الحاجة إلى

جدولتها وحسن اختيار القائمين عليها.

أنواع الحملات الانتخابية ومتطلباتها

يشير الممارسون والاختصاصيون في التسويق السياسي إلى عدة أنواع أو أنماط من الحملات

الانتخابية وبدون الدخول في مزيد من التفاصيل يمكن تصنيف الحملات الانتخابية كالآتي.¹:

أولا - الحملات الرأسية

¹ محمد سعد أبو عامود، المرجع السابق، ص167.

تشمل : الحملات الرئاسية والاستفتاءات والحملات التشريعية والحملات البلدية وحملات المقاطعات.

ثانيا . الحملات الأفقية

تشمل : الانتخابات النقابية والانتخابات المهنية والانتخابات داخل الأحزاب كما يمكن تصنيف الحملات

الانتخابية كالآتي¹:

1. الحملات المفتوحة وتشمل النوع الأول السابق ذكره.

2. الحملات المغلقة وتشمل النوع الثاني سالف الذكر.

وبالنسبة لخطوات ومتطلبات أي نمط من أنماط الحملات الانتخابية فإنها تنطوي على أو تتمثل في:

1. تحديد الهدف من الحملة.

2. تحديد ميزانية الحملة.

3. تصميم الرسالة الإعلامية بما تحتويه من طروحات . المنتج السياسي .

4. اختبارها.

5. تحديد وسائل الإعلام المستخدمة.

6. تنفيذ الحملة.

7. المتابعة والتقييم.

الضرورة تقتضي قبل تصميم الحملة دراسة ما يلي بدقة².

أ- مجمل الأسواق الداخلية في التسويق السياسي وهي:

- سوق الناخبين المؤيدين والمعارضين والمترددین.

¹ راسم الجمال، خيرى معوض عياد، (التسويق السياسي و الإعلام- الإصلاح السياسي في مصر)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 75.

² محمد منير حجاب، (إدارة الحملات الانتخابية، طريقك للفوز في الإنتخابات)، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2007، ص 61.

- سوق الممولين للحملة أي الذين يقدمون الدعم المالي للحملة سواء كانوا مؤسسات أو نقابات أو أفراد
- سوق المؤيدين والناشطين السياسيين.

- سوق القادة أي قادة الرأي العام والجماهير وتحليل تاريخ الحملات والنتائج الانتخابية السابقة.

ب- أساليب التسويق السياسي الممكن استخدامها وخاصة دراسة الرأي العام والجماهير وتحليل تاريخ الحملات والنتائج الانتخابية السابقة.

ج- دراسة وتحليل السلوك السياسي للناخبين أي الكيفية والطريقة التي يتبعها الناخب في سلوكه تجاه البرنامج أو الحزب أو المرشح وهذا يتطلب تحليل ودراسة ميول الناخبين وتوجهاتهم إلخ..

د- إن مجمل السوق السياسي ينطوي على عدة أسواق أو قطاعات سوقية تتطلب تسويق ما يلي :

تسويق المرشح

تسويق الناخبين

تسويق المؤيدين

تسويق الممولين

هـ- معرفة كيفية تحقيق التواصل السياسي بأدق السبل وأكثر تأثيرا واستمرارية بحيث يتحقق الآتي¹:

* الإقناع السياسي.

* توضيح الأهداف والغايات السياسية وتحققها.

* الاستخدام الفاعل للإعلان السياسي.

* - الاستخدام الفاعل للدعاية السياسية.

و- تمويل الحملة الانتخابية.

¹ راسم الجمال، خيرى معوض عياد، مرجع سبق ذكره، ص 100.

المطلب الخامس: الهندسة الانتخابية

يقصد بالهندسة الانتخابية صياغة القواعد و الأطر و الآليات الكفيلة بضمان المشاركة

السياسية الدورية للمواطنين في كنف النزاهة و الحرية و التعددية و الانتظام ، أي توفير الشروط الأساسية لشفافية و مصداقية الانتخابات على المستويات التنظيمية و التمويلية و التسييرية و الإجرائية و حتى الإعلامية، أي أن الهندسة الانتخابية تقوم أساسا على توفير مجموعة من الشروط و هي¹:

وجود هيكله حقوقية وطنية مركزة على مركزية الإنسان - المواطن كمصدر وغاية للعمل السياسي و مضمونة بالآليات دستورية و قانونية واضحة

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار في بناء النظام الانتخابي (تقسيم الدوائر ، نمط تصويت) طبيعة المجتمع من حيث كونه متجانسا أو تعدديا

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الأحزاب السياسية و مستوى نضجها الديمقراطي

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الامتداد الجغرافي للدولة و مستوى الكثافة السكانية و توزيعها

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الدولة بكونها وحدوية أو فدرالية

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار طبيعة النظام السياسي و مكانة السلطة التشريعية فيه

ضرورة مراعاة طبيعة الثقافة السياسية السائدة و المرتبطة بمستوى تعقد و تجذر التنمية السياسية

المحلية من منظور معايير الديمقراطية المشاركة

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار المستوى الفعلي و العملي للرقابة المؤسساتية بالجزاء على السلطة

التنفيذية من لدن السلطة التشريعية .

ضرورة مراعاة مدى استقلالية السلطة القضائية و مدى قدرتها على فرض أحكامها على الجميع.

¹ A.Reeve & A.Ware(**Electoral System**), London: Routledge, 1992

Pippa Noris(**Electoral Engineering: Voting rules and political behavior**), Cambridge: Cambridge University Press, 2202

نقلا عن مقالة للدكتور امحمد برفوق، الهندسة الانتخابية: مقارنة معرفية.

و من اجل تحقيق هندسة انتخابية متوافقة مع المعيار الديمقراطي المشاركون يجب الحرص

أيضا على وجود مجموعة من الحركات السياسية الممكنة للمواطن من التأثير الفعلي على طبيعة النظام السياسي و منها¹:

الانتخاب إذ يستعين المرشح بوسائل دعائية خاصة تسمح له بنشر وإذاعة كل ما يتعلق ببرنامجه السياسي على أكبر قدر من المواطنين، كما أنها تقوم بممارسة مجموعة من الضغوط على الإرادة الحرة للمواطنين، لكي يتخذوا موقفا معينا، دون أن يؤدي ذلك إلى سلب تلك الإرادة والجدير بالملاحظة أن توضيح التداخل الموجود بين مفهوم الحملة الانتخابية وبعض المفاهيم الأخرى وتبيان شمول مفهوم الحملة الانتخابية لتلك المصطلحات، يتطلب أيضا التطرق لمصطلح آخر من أهمية بمكان، وهو مفهوم البرامج الانتخابية لأنه يعد أحد المرتكزات التي تقوم عليها الحملة الانتخابية، إذ تتضمن هذه البرامج توجهات المرشح أو الحزب في جميع المجالات (اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وثقافيا) ولأنها تتجه إلى الاهتمام بالقضايا الحساسة خاصة في ظل ظهور ما يعرف باقتراع القضايا الذي يستلزم وجود ثلاثة عناصر وهي²: أن المواطنين يجب أن يهتموا بالقضية وأن يكونوا رأيا حولها ويجب أن يعرفوا مواقف الحزب أو المرشح من القضية، ويؤدي اقتراع القضايا إلى تراجع الاقتراع الحزبي ويظهر هذا النوع من الاقتراع في الدول الغربية، وكمثال على ذلك قضية الأمن في الولايات المتحدة الأمريكية، إذ تعد أمر مهما وحساسا ويات يعد أحد القضايا التي يتم الاقتراع بناء على اهتمام المرشح أو الحزب بها، ونفس القضية تلاقى رواجاً في المجتمع الإسرائيلي، إذ أن الشارع الإسرائيلي كان على استعداد ليسلم نفسه لشارون من أجل وسم الأمن حتى ولو كان على حساب الديمقراطية . ويمكن الإشارة إلى أن الرئيس عبد العزيز بوتفليقة قد استعمل هذا النوع في الانتخابات الرئاسية

نقلا عن مقالة للدكتور امحمد David Beetham(Democracy and Human Rights) London: Polity, 2000, pp.170_188 برقوق، الهندسة الانتخابية: مقارنة معرفية في مداخلة الاستاذ

² Zaller.J. the statistical power of election studies to detect media exposure in political campaigns, election studies,21,2002.

2004، حينما أدرج في برنامجه الانتخابي قضايا حساسة في الدولة الجزائرية تمثلت في الأمن والاستقرار (مشروع المصالحة الوطنية، والتنمية الشاملة ومشروع الإنعاش الاقتصادي) ، والملاحظ أن الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 ركزت على نفس المبدأ، فالاهتمام بالقضايا الحساسة يؤثر على خيارات الناخبين وبالتالي تتأثر القرارات الاقتراعية الفردية بدرجة اهتمام كل ناخب بالقضايا المطروحة.

بالإضافة إلى اقتراح القضايا، وأهمية البرامج الانتخابية في تفعيل الحملة الانتخابية، يجب أن لا ننفي أهمية ودور الخصائص المرتبطة بشخصية المرشح من حيث صفاتها ومميزاتها وإنجازاتها والمكانة العائلية والقبلية للمرشح خاصة في الانتخابات المحلية، والوزن الاقتصادي، لأن هذه المتغيرات تبقى ذات أهمية بالغة في تنشيط الحملات الانتخابية .

وفي الأخير يجب أن نقر بأن الناخبين يرضخون للحملات الانتخابية الضخمة والملازمة لهم خاصة في ظل الوعود الانتخابية والرهانات الانتخابية، وبالتالي ينصاع سلوكهم الانتخابي لتوجهات الحملات الانتخابية التي تعمل كمحرك جوهري في أسبوعها الأخير من هذا الاقتراع.

المبحث الرابع

النظام الانتخابي

تختلف و تتعدد انماط الانظمة الانتخابية ، باختلاف تجارب الدول إذ كل دولة تختار نوع النظام الانتخابي الذي يتماشى مع ظروفها و تكيف هذا النظام مع ابعاد نظامها السياسي.

المطلب الاول : تعريف النظام الانتخابي

تتعدد النظم الانتخابية المعمول بها في الدول ، و تتغير من وقت لآخر تبعا لظروف و مقتضيات العملية السياسية.

فيعرف النظام الانتخابي " هو مجموعة القواعد التقنية التي من خلالها يتم تحديد الفائزين من بين

المرشحين على اختلافهم ، سواء كانوا احزابا سياسية او مرشحين افراد¹

يمكن القول ان انظم الانتخابية في مفهومها الاساسي تعمل على ترجمة الاصوات التي يتم الادلاء بها في الانتخابات ، الى عدد المقاعد التي يفوز بها الاحزاب او المشاركين بها. اما المتغيرات الاساسية فتتمثل في المعادلة الانتخابية المستعملة، ثم المعادلة الحسابية التي تستخدم في حساب عدد المقاعد المخصصة لكل فائز، وكذلك تركيبة ورقة الاقتراع، والتركيز على الجوانب الادارية للعملية الانتخابية، او الجهاز الاداري للعملية الانتخابية ، فاختيار النظام الانتخابي له تأثيره على طريقة ترسيم الدوائر الانتخابية وكيفية تسجيل الناخبين ، و كيفية تصميم اوراق الناخبين ، و طريقة فرز الاصوات.²

ويؤيد دافيد فاريل من خلال تعريفه للنظام الانتخابي بانه الطريقة التي من خلالها يتم تحويل الاصوات الى مقاعد، في عملية انتخاب سياسيين لشغل مناصب معينة .

نستنتج من التعاريف السابقة ان النظام الانتخابي هو مجموعة من الاسس و المبادئ و القوانين و الاجراءات التي تحدد العملية الانتخابية ، اي عملية تحويل اصوات الناخبين الى مقاعد في المجالس المنتخبة محلية كانت ام وطنية.

المطلب الثاني : انواع النظم الانتخابية

تختلف نوعية النظم الانتخابية باختلاف الظروف السياسية و الاجتماعية و الثقافية للمجتمعات المختلفة. ووفقا لنوعية العلاقات الاجتماعية ، و نوعية النظام الحزبي و تعدد هذه النظم ، فقد تختار الدولة النظام الفردي ، او نظام الاغلبية او نظام الانتخاب بالقائمة، او نظام الدائرة الواحدة.

1- النظام الانتخابي بالاغلبية:

وهو اقدم النظم الانتخابية و ابسطها ، وطبقا لهذا النمط فان المرشح الفائز هو الذي يحصل على اغلبية الاصوات في الدائرة ، وتجاوز هذه الطريقة في نظام الانتخاب الفردي حيث تنتخب الدائرة نائبا واحدا ، هو الذي يحصل على اغلبية الاصوات. وهناك الاغلبية المطلقة و التي يشترط

¹ Renan Teyrirr , (les systèmes électoraux et les mode de scrutin politique et societies), vol27,2008,p299.

² شمسة بوشنافة، (النظم الانتخابية و علاقتها بالنظم الحزبية)، مجلة دفاتر السياسة و القانون، عدد خاص باشغال الملتقى الدولي للانظمة الانتخابية في ظل التحول الديمقراطي، الجزائر: جامعة ورقلة، 2011، ص.463

فيها ، فوز المرشح او القائمة ، الحصول على اكثر من نصف الاصوات الصحيحة للناخبين.¹ و الاغلبية المطلقة هي الحصول على اكثر من نصف الاصوات الصحيحة بمعنى انه إذا كانت الاصوات الصحيحة مئة فان الاغلبية المطلقة هي واحد وخمسون صوتا و ليس بمعنى النصف +1 و اذا كانت الاصوات 99 صوتا فان الاغلبية المطلقة هي 50 صوتا ، وليس 51 صوتا لان النصف +1 يجعل الاغلبية 50 صوتا و نصف و يجر الكسر فتصبح الاغلبية 51 صوتا ، اما القول بان الاغلبية المطلقة هي اكثر من النصف فتكون 51 صوتا ، و بالتالي فان القاعدة التي يمكن الاستناد إليها هي ان الاغلبية المطلقة اكثر من نصف عدد الاصوات الصحيحة التي تعطى في الانتخاب.²

2- نظام التمثيل النسبي:

و يأخذ بنظام الانتخاب بالقائمة ، حيث توزع المقاعد المقررة للدائرة الانتخابية على القوائم المتنافسة بنسبة عدد الاصوات التي حصلت عليها كل منها ، و تحدد الاشكال الرئيسية المستخدمة لصيغة التمثيل النسبي على ضوء نوع القوائم المستخدمة لترشيح المرشحين. ففي نظام القوائم المغلقة ، يختار الناخبون قائمة حزبية و لايمكنهم اختيار اي مرشح بعينه ، و من ثم ينتخب المرشحون وفق الترتيب الذي يختاره الحزب.³

و هناك نظام القوائم التفضيلية ، حيث يحق للناخب التغيير في ترتيب اسماء المرشحين الذين تضمهم القائمة الانتخابية التي اختارها ، حسب وجهة نظره ازاء المرشحين ، و ليس حسب ترتيب الحزب صاحب القائمة.

اما التصويت مع المزج بين القوائم ، فانه يسمح للناخب المزج بين القوائم الحزبية المختلفة، بحيث يكون قائمة جديدة تتكون ممن يراهم اهلا لتمثيله .

و الاخذ بنوع دون الاخر ، من هذه الانواع السابقة للانتخاب بالقائمة ، في النظم الانتخابية المختلفة ، يعود الى مدى الحرية التي ترغب هذه النظم السماح بها للناخبين من جهة ، و من جهة اخرى مقدار ما تريد تحقيقه من تماسك و احكام في انظمة الاحزاب السياسية ، اذ الامر يتطلب توازنا بين حرية

¹ شمسة بوشنافة، مرجع سابق، ص 464.

² امين زين الدين ، (النظم الانتخابية المعاصرة) دراسة مقارنة))، دار الفكر الجامعي، مصر 2011 ، ص 67- 68

³ شمسة بوشنافة، مرجع سابق، ص 464.

الناخب في التصويت وسلطة الاحزاب السياسية في اعداد القوائم بالطريقة التي تحقق لها التنسيق بين مختلف الدوائر الانتخابية.¹

نستنتج مما سبق ان النظم الانتخابية هي مجموعة من التشريعات و القوانين ، التي تعمل على تنظيم سير العملية الانتخابية ، فهي تعمل على تحويل اصوات الناخبين الى مقاعد يفوز بها المرشحون او الاحزاب المشاركة في الانتخابات . يرجع اختلاف النظام الانتخابي من دولة الى اخرى الى خصوصية كل دولة و بيئتها و نظامها السياسي.

المطلب الثالث: العلاقة بين النظم الانتخابية و النظام الحزبي

تتميز العلاقة بين النظامين بانها متداخلة و متشابهة و عكسية ايضا ، حيث ان النظام الانتخابي يحدد النظام الحزبي ، و من ثم يتحكم في اللعبة السياسية فيما يخص اتاحة الفرص لحزب دون غيره من الاحزاب الاخرى للفوز. كما يمكن للنظام الحزبي ان يحدد نوع النظام الانتخابي، و قد حدد دوفرجيه ثلاثة انماط من العلاقة يمكن ان توجد بين اي نظام انتخابي او نظام حزبي وهي²:

- ان يكون النظام المعني قادرا على الحفاظ على هيكل نظام حزبي معين.
- ان يكون النظام الانتخابي قادرا على اعادة انتاج النظام الحزبي المعني في حالة ما اذا تم تهديد عناصره المميزة .
- ان يكون النظام الانتخابي المعني قادرا على ايجاد نظام حزبي معين في دولة لم تشهد من قبل مثل هذا النظام . ووفقا لدوفرجيه ، فان نظام الاكثريية يكون قادرا على :

الحفاظ على الثنائية الموجودة فعلا حتى مع ظهور انشقاقات داخل الحزب او مع ظهور احزاب اضعف من الحزبين القائمين .

نظام الاكثريية ايضا قادر على اعادة الهيكل الثنائي للنظام الحزبي في حالة ما اذا كان مهدد بظهور حزب ثالث قوي.

اما بخصوص ايجاد نظام الحزبين في دولة لم تشهد من قبل هذا التقليد ، فان ذلك مشروط حسب دوفرجيه

¹ المرجع السابق، ص464.

² المرجع السابق، ص466.

بوجود قابلية لمثل هذا النظام.

وقد وضح دوفر جيه طبيعة العلاقة بين النظام الانتخابي و النظام الحزبي ، في كل من نظام الاغلبية نظام التمثيل النسبي، اذ يعتبر ان نظام الاغلبية قادرا على انتاج نظام الحزبين . ففي ظل وجود حزبين قويين و حزب ثالث ضعيف ، فان هذا الاخير و نظرا لعدم قدرته على المنافسة ، فانه يضطر الى الاتحاد مع احد الحزبين، او انه يسحب مرشحيه ليتم استبعاده ، وهو بذلك لايعكس التمثيل السياسي الحقيقي و النزيه و حالة بريطانيا مثال على دور نظام الاغلبية في تكريس الثنائية بين حزب العمال و حزب المحافظين .

اما نظام التمثيل النسبي فانه حسب دوفر جيه ، يعمل على التخفيف من عملية القطبية التي تتولد عن نظام الاكثرية و من ثم يضع حدا للتوجه نحو نظام الحزبين . و يتميز هذا النظام بانه يسمح للاحزاب الاخرى بالحصول على مقاعد في البرلمان و من ثم ، فانه النظام الاقرب الى تمثيل المجتمع و ايجاد نظام التعددية الحزبية، مايسمح بالمحافظة على الاستقرار من خلال عملية التوازن بين مختلف القوى السياسية .
سواء تعلق الامر بنظام التمثيل النسبي او نظام التمثيل الاغلبية ، فان الظروف السياسية و الاجتماعية كلها عوامل تدفع باتجاه تغيير النظام الانتخابي ليتماشى مع قواعد اللعبة السياسية في البلد.¹

¹ بوشنافة شمسة، المرجع السابق، ص466.

الفصل الثاني

المبحث الأول:

مسار حزب جبهة التحرير

المطلب الأول: تعريف حزب جبهة التحرير الوطني

القانون الأساسي للحزب عرفه على أنه:

« حزب جبهة التحرير الوطني تنظيم سياسي وطني ديمقراطي، مبني على أسس و مبادئ أول نوفمبر 1954 و ثورته الخالدة ،...و يستمد منطلقاته من الرصيد التاريخي للحركة الوطنية و من نصوصها الأساسية.¹

ترجع نشأة هذا الحزب إلى تاريخ اندلاع الثورة التحريرية في الفاتح نوفمبر 1954، في الوقت الذي فشلت فيه التيارات الأخرى في توحيد رؤيتها للقيام بالعمل الثوري ،وقد تم الاتفاق على تحويل الجبهة إلى حزب سياسي حاكم بعد انعقاد المجلس الوطني للثورة الجزائرية في 25 ماي 1962 بمدينة طرابلس الليبية (يعرف كذلك بمؤتمر طرابلس)، الذي أوصى كذلك بأن تتحول الجبهة إلى حزب جماهيري قوي و أن يكون ذلك في مؤتمر وطني يعقد في الأراضي الجزائرية بعد استرجاع الاستقلال الوطني.²

المطلب الثاني: مراحل تطور حزب جبهة التحرير الوطني

الحزب في عهد الأحادية الحزبية:

يعد حزب (FLN) الحزب الوحيد الذي حكم البلاد منذ حصول الجزائر على استقلالها إلى أن جاء التحول نحو التعددية.

الحزب في عهد التعددية الحزبية:

ساهم حزب (FLN) بدوره في إنجاح التعددية السياسية ، و لم يخضع هذا الحزب إلى أي إجراء تأسيسي بعد إقرار التعددية نظرا لتمتعه بالشرعية التاريخية.

¹حزب جبهة التحرير الوطني، (القانون الأساسي للحزب)، «الصادر عن المؤتمر الثامن للحزب المنعقد في الجزائر العاصمة أيام 31/30 جانفي و1 فيفري 2005)، المادة الأولى، ص05.

² Rachid BENYOUNB ,op .cit,p.63.

المطلب الثالث: التنظيم الداخلي لحزب جبهة التحرير الوطني

أي حزب سياسي يحكمه تنظيم داخلي يتكون من أدوات قانونية و تنظيمية، تحكم الحزب أثناء أداء نشاطه و تحدد حقوق و واجبات أعضائه و طرق تولي المسؤولية داخل أجهزته المختلفة، و كذا طبيعة توزيع السلطة و ممارستها في هذه الهياكل و المستويات، كما تتحدد بمقتضاها العلاقات و التفاعلات فيما بينهم.

يخضع العمل داخل حزب (FLN) لمبادئ المركزية الديمقراطية و الجماعية في السلطة و القيادة، و تقوم المركزية الديمقراطية على أساس انتخاب جميع الهيئات و جميع المسؤولين في الحزب في جميع المستويات ، وقيام الهيئات التنفيذية و القيادية بتنفيذ قراراتها.¹

1- الهيئات و الهياكل القاعدية للحزب:

ينتظم الحزب من خلال هيئات مختلفة بشكل تصاعدي كالتالي:

❖ **الخلية:** تعد الخلية حسب النظام الداخلي بمثابة التنظيم القاعدي و الأساسي لحزب (FLN)، و

النواة الأولى في بنائه، و الخلية هي المسؤولة كذلك على حيوية الحزب و مدى نشاطه و فعاليته و قدرته على العمل و التعبئة و التأثير في المحيط الاجتماعي و الحقل السياسي و الجماهيري.²

تنشأ الخلية على مستوى الأحياء و القرى و المداشر و التجمعات السكانية، و تتكون جمعيتها العامة من 10 إلى 25 عضوا، و في حالة عدم توفر عدد المناضلين المقرر قانونا لإنشاء الخلية يمكن تنظيم المناضلين في نواة و ربطها باقرب خلية لها، و تنتخب الخلية من بين أعضائها مكتبا لها يتكون من ثلاثة مناضلين بما فيهم أمين الخلية لمدة ثلاث سنوات، و تجتمع كل شهرين و كلما دعت الضرورة.³

❖ **القسم:** عبارة عن هيكل الحزب على مستوى البلدية أو الدائرة في المدن الكبرى، و تتشكل من

مجموع الخلايا الموجودة بإقليم البلدية أو الدائرة الحضرية ، و تعتبر الجمعية العامة للقسم بمثابة هيئة مداولة للحزب على المستوى البلدي التي تتكون من مجموع المناضلين المهيكليين بها ، و تجتمع مرة واحدة كل ستة أشهر، و تقوم بانتخاب أمين القسم و مكتبها التنفيذي لمدة (5) سنوات.

¹ العيفا أويحي، (النظام الدستوري الجزائري)، الطبعة الأولى، الجزائر، 2002، ص173.

² حزب جبهة التحرير الوطني ، (النظام الداخلي للحزب)، الصادر عن المؤتمر الثامن للحزب المنعقد في الجزائر العاصمة أيام 31/30 جانفي و1 فيفري (2005) ، المادة: 50، ص25.

³ المرجع السابق، المواد: 51-52، ص25.

الفصل الثاني : دور الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

يعتبر مكتب القسمة هيئة تنفيذية تتولى دراسة القضايا المطروحة على مستوى البلدية، و اقتراح ما هو مناسب لمعالجتها، و متابعة المشاريع التنموية ، كما يقوم بتفعيل دور الحزب في مختلف الأوساط ، و تشجيع العمل الجوارى و الاحتكاك المباشر مع الحركة الجمعوية و التنظيمات الشعبية.

❖ **المحافظة :** تعتبر المحافظة الهيئة العليا للحزب على مستوى الولاية ، وتتشكل جمعيتها العامة

من أمين و أعضاء مكتب المحافظة و من أعضاء المجلس الوطني للحزب المقيمين بالولاية. تجتمع الجمعية العامة للمحافظة مرة واحدة في السنة في دورة عادية و في دورة طارئة كلما دعت الضرورة لذلك ، باستدعاء من أمين المحافظة و مكتبها أو بطلب من الأغلبية المطلقة أو بقرار من الأمين العام ، وينتخب مكتب المحافظة و أمينها لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد.¹

ويعمل مكتب المحافظة على تطبيق قرارات الهيئة التنفيذية و تعليمات الأمين العام و الجمعية العامة للمحافظة و تبليغها للقسمات ، و متابعة نشاط المناضلين و المنتخبين في المجالس المحلية، و مساعدتهم على أداء المهام الموكلة إليهم، و توثيق صلتهم بناخبهم، و الحرص على تفعيل عملية الانخراط في صفوف الحزب، إلى جانب تنشيط الحياة السياسية و النظامية للحزب و تفعيل دوره في المجتمع.²

2- الهيئات و الأجهزة الوطنية للحزب:

❖ **المؤتمر الوطني:** يعد المؤتمر الوطني الهيئة العليا لحزب (FLN) ، ينعقد كل خمس سنوات

في دورة عادية، كما يمكن أن ينعقد في دورات استثنائية باستدعاء من رئيس الحزب أو من طرف المجلس الوطني، بناء على لائحة مبررة تقدم من طرف الأغلبية المطلقة لأعضائه أو بطلب من ثلثي أعضاء الهيئة التنفيذية . وشارك في المؤتمر الوطني أعضاء المجلس الوطني للحزب ، المندوبون و المندوبات المنتخبون من القاعدة، و ممثلو الجالية في المهجر، إضافة إلى أمناء المحافظات ، و نواب الحزب في البرلمان بغرفتيه، و أعضاء الحكومة التابعون للحزب.

❖ **المجلس الوطني:** يعد هذا المجلس الهيئة الوطنية للحزب المسؤولة بين مؤتمرين، يجتمع في

دورات عادية مرة واحدة في السنة، و يمكن أن يجتمع في دورة استثنائية عند الاقتضاء بطلب من الأمين العام بعد استشارة رئيس الحزب أو من ثلثي أعضاء الهيئة التنفيذية ، و يتكون المجلس الوطني من 450 إلى 550 عضوا ينتخبهم المؤتمر في دورة عادية.

¹ حزب جبهة التحرير الوطني، (القانون الأساسي للحزب)، المواد: 54-55، ص20.

² حزب جبهة التحرير الوطني، (النظام الداخلي للحزب)، المادة: 94، ص38.

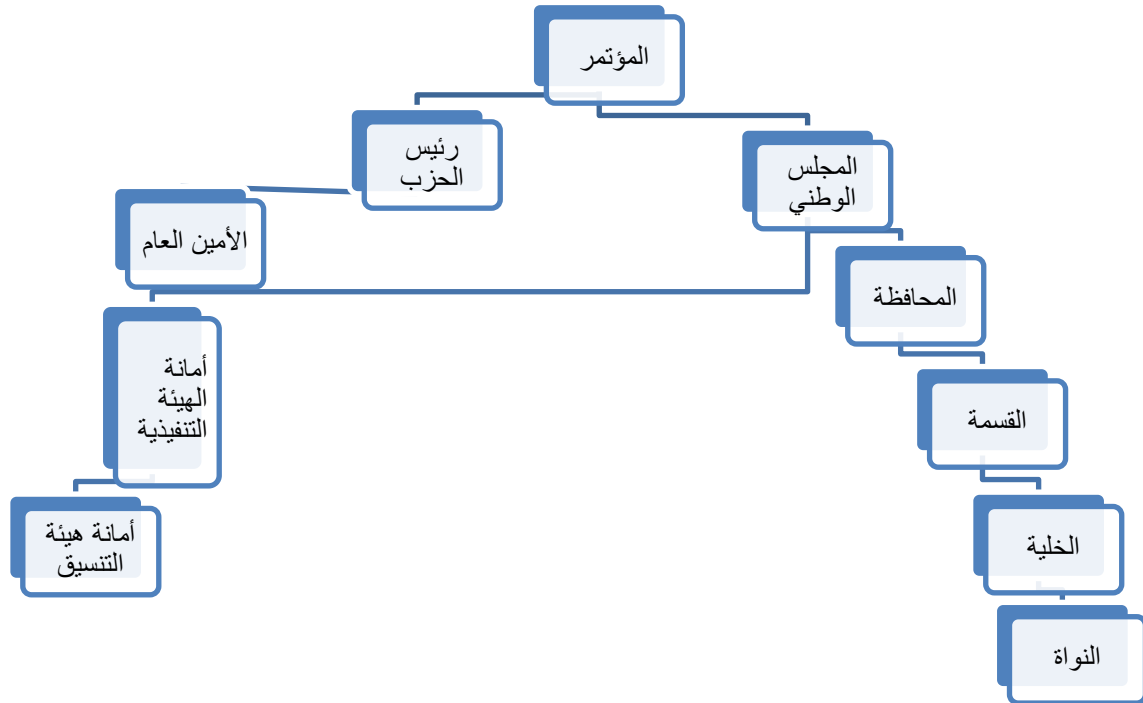
الفصل الثاني : دور الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

يقوم المجلس الوطني بمهام عديدة منها إعداد النظام الداخلي للحزب و المصادقة عليه، السهر على تطبيق برامج الحزب و قرارات المؤتمر، إضافة إلى انتخاب الهيئة التنفيذية للحزب و مناقشة تقاريرها السنوية في دوراتها العادية أو الاستثنائية، انتخاب مرشح الحزب لرئاسة الجمهورية ووضع معايير محددة مسبقا تخص الترشح للمجالس المنتخبة، كما يتولى تحديد إستراتيجية الانتخابات و البرامج الانتخابية.

❖ **الهيئة التنفيذية:** هي هيئة تنفيذية للمجلس الوطني و تكون مسؤولة أمامه، تتكون هذه الهيئة من 95 إلى 121 عضوا ينتخبهم المجلس الوطني من بين أعضائه، وتجتمع في دورة عادية مرتين في السنة وجوبا، كما يمكنها ان تجتمع في دورة استثنائية بطلب من الأمين العام أو بطلب من ثلثي أعضائها.

تتولى هذه الهيئة انتخاب الأمين العام و تزكية أمانة الهيئة التي يقترحها، تطبيق قرارات المؤتمر و المجلي الوطني، و السهر على تنفيذ برنامج الحزب، و متابعة تطبيقه من طرف الحكومة إذا كان الحزب في الأغلبية أو تقديم البدائل إن كان في المعارضة، كما تعمل على تجسيد سياسة الحزب في ميدان العمل المشترك مع باقي الأحزاب و البت في التحالف معها.¹

شكل رقم 03: الهيكل التنظيمي لحزب جبهة التحرير الوطني بعد المؤتمر الثامن²



من اعداد الطالبة

¹ حزب جبهة التحرير الوطني، (القانون الأساسي للحزب)، المواد: 38-39-40، ص 38.
² يتضمن الباب الرابع من النظام الداخلي لحزب جبهة التحرير الهيكل التنظيمي الجديد ، أنظر: حزب جبهة التحرير الوطني ، (النظام الداخلي): المؤتمر الثامن 30-31 جانفي و1 فيفري 2005 المصدر السابق ص 25، 56.

المطلب الرابع :مصادر تمويل حزب جبهة التحرير الوطني

يعتبر حزب (FLN) أغنى الأحزاب السياسية في الجزائر، و يرجع السيد " قاسى عيسى " هذا الثراء إلى العدد الهائل من المناضلين الذين يعملون لمصلحة الحزب ، إذ تتكون موارده الأساسية من اشتراكات أعضائه و من العائدات المرتبطة بنشاطه، و كذلك المساعدات التي تقدمها الدولة أثناء الانتخابات و عن كل مقعد في البرلمان ، إذ تقدر هذه المساعدات بحوالي 400 ألف دج عن كل نائب في السنة. كما أن النظام الداخلي للحزب لا يقبل أية مساعدة أو مساهمة أو هبة أو وصية تكون مربوطة بشروط ترهن أو تعيق استقلالية قرار الحزب، أو تؤدي إلى أهداف و نتائج خارجة عن نصوص الحزب او خطه السياسي أو تتنافى أخلاقياته و سمعته.¹

كما كشف السيد "قاسى عيسى" أن حزب (FLN) يضم حوالي 400 ألف منخرط يدفع كل منهم ثمن اشتراك يقدر سنويا بـ 600 دج، فيما يدفع الطلبة و البطالون ما قيمته 400 دج في السنة الواحدة، أما الوزراء و النواب و السفراء و باقي الإطارات الذين يشغلون وظائف عليا في الدولة فإنهم يساهمون بدفع حوالي 100 ألف دج سنويا.

إضافة إلى الموارد السالفة الذكر، توجد كذلك مردودية العقارات و المؤسسات التابعة له، إضافة إلى الهبات و المساعدات التي يقدمها رجال الأعمال الذين يقدرون بحوالي 1600 شخص ، كذلك يعتمد الحزب على دعم الدولة ، ويستفيد من 40 مليون سنتيم التي تقدمها الدولة سنويا عن كل نائب له في المجلس الشعبي الوطني و البالغ عددهم 120 نائبا، ما يعني أن الحزب يتحصل سنويا على مبلغ 4 ملايين سنتيم².

المبحث الثاني:

الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

نحاول التعرف على طبيعة الإستراتيجية التي يتبناها حزب (FLN) ودورها في تعزيز مكانة الحزب في الساحة السياسية، و سنتناول ذلك من خلال شرح طبيعة الاتصال المتبع و خواصه و الجمهور المستهدف به، مع التطرق إلى طبيعة الخطاب الحزبي و دور المطالب المجتمعية في تشكيله، و سنبين القنوات و الوسائل المستعملة لتحقيق هذه الأهداف .

¹ حزب جبهة التحري الوطني، (النظام الداخلي للحزب)، المادة: 163، ص57.

² مقابلة مع السيد: قاسى عيسى، أجريت معه بتاريخ: 2012/05/12، على الساعة: 14:30، بمقر الحزب بحيدرة .

المطلب الأول: طبيعة الاتصال السياسي

يولي حزب (FLN) أهمية كبيرة للاتصال السياسي، من خلال فتح قنوات اتصالية و إعلامية جديدة من شأنها تعزيز مكانة الحزب في الساحة السياسية، ليبقى القوة السياسية الأولى القادرة على المحافظة على قيم و مبادئ ثورة نوفمبر .
هناك مستويين للاتصال :

- الاتصال الداخلي: الذي يهدف إلى خلق جو من الثقة و مشاركة أفضل للمناضلين من خلال إطلاعهم على كل ما يجري داخل حزبهم.
- الاتصال الخارجي: الذي يرمي إلى نشر المعلومات الموجهة للتعريف بمواقف الحزب، و طبيعة أعماله و نشاطاته الرامية إلى خدمة المجتمع و الحفاظ على صورة الحزب و مكانته بين الأحزاب النشطة على الساحة السياسية.

سنعمل على توضيح طبيعة الاتصال السياسي داخل حزب (FLN)، وذلك من خلال إبراز أهمية الاتصال السياسي في حياة الحزب و موقعه في البناء التنظيمي و الهيكلي، كما نحاول من جانب آخر التركيز على طبيعة الاتصال المعتمد عليه أثناء الحملات الانتخابية .

المطلب الثاني: أهمية الاتصال السياسي

خصص حزب (FLN) للاتصال هيئة على مستوى تنظيمه الداخلي، يتمثل في " الأمانة التنفيذية للإعلام و الاتصال " التي تعمل على تعريف الجماهير بمبادئ الحزب و توضيح سياساته و مواقفه، و هي المنوط بها الإجابة على تساؤلات الإعلام ، كما تبين مختلف الأنشطة التي يقوم بها الحزب على مستوى القسامات أو المحافظات أو على المستوى الوطني، إذ أنها المرجع الأساسي لاستقاء أخبار الحزب و معرفة مواقفه ، و معالجة القضايا و الأحداث المرتبطة بمجال الإعلام و الاتصال.

أولى حزب (FLN) أهمية كبيرة للاتصال خاصة بعد المؤتمر الثامن للحزب الذي أوصى بتطويرها و إعادة هيكلتها بما يتماشى و تطور مجالات الاتصال .

حسب السيد"بوحجة السعيد" تتولى أمانة الإعلام و الاتصال المهام التالية¹:

¹ مقابلة مع السيد: "بوحجة السعيد"، عضو المكتب السياسي رئيس أمانة الاتصال و الإعلام ، مقابلة أجريت يوم: 2013/12/10 ، بمقر الحزب، على الساعة: 10:30 .

- 1-تحضير و تنظيم المؤتمرات الصحفية.
- 1- معالجة و متابعة و بث الأخبار التي تهم الحزب لفائدة المواطنين و المناضلين.
- 2- تجسيد كل عمل من شأنه أن يساهم في التعريف بنشاطات الحزب و تحسين صورته لدى الجمهور على النحو الذي يشجع نمو العضوية و يعمق الانتماء الحزبي.
- 3- تنسيق أعمال الاتصال التي تخص القسمات و المحافظات.
- 4- إعداد و إنجاز و توزيع المنشورات و الوثائق الموجهة للاتصال الداخلي و الخارجي.
- 5- الإشراف على كافة صحف و مجلات و إصدارات الحزب.
- 6- المبادرة بإقامة علاقات وثيقة و دائمة مع الأجهزة الإعلامية الوطنية.
- 7- تحسين علاقات الحزب مع رجال الإعلام و الصحافة و مع فعاليات المجتمع المدني.
- 8- توطيد علاقة الحزب بغيره من المؤسسات و الأحزاب و مع المجتمع ككل.¹

طبيعة الاتصال أثناء الحملات الانتخابية:

تحدد اللجنة المركزية المعالم الأساسية للحملة الانتخابية ، حيث تقسم العمل التحضيرى إلى 12 بابا منها ما يتعلق بالتمويل ، و أخرى تتعلق بالتحركات ، الأمن ، اليقظة...وغيرها من الأبواب التي تعمل اللجنة المركزية على تحديد مهامها بدقة ، لضمان نجاح الحملة الانتخابية ، و فيما يخص المهمة الإعلامية هناك لجنة مختصة تتوزع على 11 وحدة من بين مهامها الرئيسية العمل على أن يكون الخطاب السياسي موحدا ، كذلك تعمل على إنجاز الملصقات المطويات ، وكذا شعار الحملة حيث كان شعار الحزب في تشريعات 2012 " اليد في اليد من أجل تعمير جزائر الغد"².

و عودة إلى المهام المنوطة بالوحدات ، هناك الوحدة التي تتابع تغطية اجتماعات الأمين العام و إعلام الصحفيين بنشاطات الحزب لنشرها للرأي العام ، كذلك وحدة أخرى تتابع مشاركة الحزب في الإذاعة و التلفزيون ، و العمل على إحضار الوجوه الكبيرة للحزب ، إضافة إلى التنوع في الفئات العمرية بين شباب و نساء ، كذلك ضمان تغطية مختلف مناطق البلاد ، من الشمال و الجنوب و الشرق و الغرب .

¹ مقابلة مع السيد: "بوحجة السعيد"، نفس المقابلة السابقة.

² مقابلة مع السيد: "فاسى عيسى"، نفس المقابلة السابقة .

المطلب الثالث: تمويل الحملة الانتخابية

إضافة إلى المساعدات المقدمة من طرف الدولة المقدمة في الحملات الانتخابية ، هناك كذلك مساهمات المناضلين ، و مساهمات الإطارات التي تقدر بـ 100 ألف دج في العام ، إضافة إلى المساهمات التي تقدمها الهيئات من خلال الاقتطاعات حيث تقدم القسمة 50% و تقدم المحافظة 20% و المقر الرئيسي يقدم 30%، كذلك كل مرشح في الانتخابات يقدم مبلغ مالي قدره 1 مليون دج . كما أن هنالك مساعدات عينية و أخرى مادية تقدم من طرف المتعاطفين مع الحزب .

المبحث الثالث:

قراءة في نتائج الانتخابات التشريعية 2012

المطلب الأول: نتائج الانتخابات و قراءتها

جاءت نتائج الانتخابات التشريعية لسنة 2012، مفاجئة لغالبية الأطراف و المنتبعين، بل و حتى لعديد مراكز البحوث و استطلاعات الرأي، و كان أكثر المتفاجئين الأحزاب السياسية الإسلامية التي كانت تتوقع السيطرة على القرار في البرلمان القادم، مستفيدة من السياق الإقليمي و العربي الذي أوصل الإسلاميين إلى السلطة في عديد الدول.

و لم يكن المفاجئ في هذه الانتخابات خسارة الإسلاميين و فوز الأحزاب الحاكمة ، بقدر ما كان الحصيلة التي تحصلت عليها تلك الأحزاب ، و عدم حدوث التغيير المنتظر في الأشخاص و في البرامج و في الممارسات الانتخابية المعهودة، وذلك على الرغم من أن المعطيات الموضوعية كافة كانت تدفع نحو التغيير.

المطلب الثاني: المعطيات العامة لنتائج الانتخابات

و في ما يلي عرض لأبرز مخرجات العملية الانتخابية، و محاولة لتفسيرها، بدءا بمعطياتها العامة و مرورا بنتائجها المفصلة:

الجدول رقم 01:

المعطيات العامة للانتخابات التشريعية (10 ماي 2012)

العدد/ النسبة المئوية	المعطى الانتخابي
21,645,841	الناخبون المسجلون
9,339,036	الناخبون المصوتون
43,14%	نسبة المشاركة
7,634,979	الأصوات المعبر عنها
1,704,047	الأصوات الملغاة

المصدر: بيان إعلان النتائج صادر عن المجلس الدستوري

- إن حجم الهيئة الناخبة الذي بلغ أكثر من 21 مليون ناخب مسجل (حسب الإحصائيات الرسمية) ، قد أثار حفيظة عدة أطراف ، إذ لاحظ عدد من الجهات الفاعلة ، أن عدد الأشخاص المسجلين، زاد على الصعيد الوطني ، بأربعة ملايين شخص مقارنة بعام 2009، و أبرزت أيضا الجهات الفاعلة المخاوف نفسها بشأن تسجيل قوات الأمن ، مشيرة إلى أنه تم تسجيل بعض الجنود في مناطقهم الأصلية ، و كذلك في مواقع انتشارهم¹.
- و للإشارة فإن مراجعة القوائم الانتخابية ، و تحديد عدد الناخبين بناء على ذلك ، لطالما كان محل شك و انتقاد و تنازع بين الإدارة و المعارضة ، مع كل استحقاق انتخابي عرفته الجزائر و هو ما أكدته غالبية الدراسات و التقارير المهمة بتقييم الإطار القانوني و الإداري لسير الانتخابات في الجزائر².
- **نسبة المشاركة:**
- من بين أهم الأرقام الانتخابية التي يجب الوقوف عندها في قراءتنا لنتائج هذه الانتخابات التي شكلت فيها نسبة المشاركة ، رهانا رئيسا للأحزاب المتنافسة و السلطة الحاكمة، و تمثل نسبة الإقتراع، إحدى المسائل الأكثر خلافية، فالنسبة المعلنة و المقدرة بـ 43% هي نسبة أعلى مما أشارت إليه معظم التوقعات³، و قد شككت أطراف كثيرة في نسبة المشاركة المعلنة من جانب الداخلية و المجلس الدستوري فيما بعد، في الوقت الذي رأت فيه الصحافة العربية و الأجنبية أن الحكومة الجزائرية قد كسبت رهان المشاركة مقارنة بما وقع تسجيله سنة 2007.
- فوز الحزبين الحاكمين أي (FLN) و (RND) بأغلبية المقاعد ، أي أن الانتخابات قد كرست الوضع القائم و استمراريته، و لم تؤد إلى تغيير لصالح الإسلاميين أو غيرهم.
- خسارة فادحة للأحزاب الإسلامية المتحالفة و المنفردة ، المنخرطة في السلطة و المعارضة على حد سواء، و هي التي كانت مرشحة للحصول على الأغلبية ، على غرار ما حدث في "الربيع العربي".

¹ المعهد الديمقراطي الأمريكي، (بيان للوفد الدولي لتقييم فترة ما قبل الانتخابات، الانتخابات التشريعية-الجزائر) 12، أبريل 2012، ص 14.

² أنظر : المنظمة الدولية لنشر التقارير حول الديمقراطية، (تقييم إطار تنظيم الانتخابات الرئاسية و التشريعية و الاستفتاءات و الانتخابات

الولائية ، الجزائر)، و وزارة الشؤون الخارجية لجمهورية ألمانيا الاتحادية، جانفي 2007، ص 28-32.

³ براء ميكائيل "الجزائر: (انتصار الوضع القائم) ، صدى تحليلات، مؤسسة كارينغي للسلام الدولي 17 ماي 2012.

الفصل الثاني : دور الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

الجدول رقم 02: نتائج التصويت (توزيع المقاعد بحسب الأحزاب و القوائم)

النتائج بعد الطعون		النتائج الأولية		الحزب القائمة
عدد المقاعد النهائية	المقاعد المسحوبة او المسترجعة	عدد المقاعد	عدد الاصوات	
208	13-	221	1324363	حزب جبهة التحرير الوطني
68	2-	70	524..57	التجمع الوطني الديمقراطي
49	2+	47	457..49	تكتل الجزائر الخضراء
27	6+	21	188275	جبهة القوى الاشتراكية
18	1-	19	6000710190	قوائم الأحرار
24	7+	17	2830585	حزب العمال
09	00	09	1980544	الجبهة الوطنية الجزائرية
8	1+	7	2320676	جبهة العدالة و التنمية
7	1+	6	1650600	الجبهة الشعبية الجزائرية
5	00	5	1320492	حزب الفجر الجديد
4	00	4	1140372	الحزب الوطني للتضامن و التنمية
4	00	4	1730981	جبهة التغيير
3	00	3	1200201	حزب عهد54
3	00	3	1090331	حزب التحالف الوطني الجمهوري
3	00	3	1400223	الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية
3	00	3	1140481	اتحاد القوى الديمقراطية والاجتماعية
2	00	2	1170549	التجمع الجزائري
2	00	2	1140651	التجمع الوطني الجمهوري
2	00	2	1190253	الحركة الوطنية للامل
2	00	2	1740708	جبهة المستقبل
2	00	2	1290427	حزب الكرامة
1	1-	2	1150631	حركة المواطنين الاحرار
2	00	2	1020663	حزب الشباب
2	00	2	480943	حزب النور الجزائري
1	00	1	1110218	حزب التجديد الجزائري
1	00	1	1010643	الجبهة الوطنية الديمقراطية
1	00	1	1070833	الجبهة الوطنية للأحرار من اجل الوئام
1	00	1	1160383	حركة الانفتاح

المصدر: إعلانات و بيانات المجلس الدستوري الخاصة بالنتائج الأولية و النهائية، الجريدة الرسمية، عدد 2012/49

المطلب الثالث: تفسير المخرجات الأساسية للانتخابات

بعض النتائج يمكن تفسيرها بسهولة ,و بعضها الآخر يستدعي قراءة معمقة, مما يستدعي منا التفسير هو¹:

- نسبة الامتناع العالية

من مخرجات العملية الانتخابية الأخيرة التي تتطلب الوقوف عندها بالتحليل و التفسير ,نسبة العزوف او الامتناع العالية عن التصويت .

- اما عن الايمان بالعملية الانتخابية كأسلوب للتغيير السلمي ,فان غالبية الشعب الجزائري الذي عانى الويلات في سنوات الارهاب ,تفضل الحلول السلمية بشكل عام بغض النظر عما اذا كانت عن طريق الانتخاب او بواسطة اي اساليب اخرى بعيدة عن الفوضى و التخريب .
-رداءة البرامج و الشخصيات الحزبية التي قدمت للناخب الجزائري, وهي حقيقة ماثلة للعيان قد تسببت في فتور الحملة الانتخابية ,و غياب الجمهور عن تجمعات الاحزاب و مرشحهم انتهت بعزوف كبير عن التصويت .

فالبرامج الانتخابية كانت متشابهة تماما, بل و لا تختلف كلها عن برنامج رئيس الجمهورية وهذا ان لم نقل , انه لم تكن هناك برامج ملموسة , بقدر ما كانت هناك حملة من اجل الحث على التصويت بأسلوب قد لا يقنع به المتحدث احيانا , كما ان نسبة كبيرة من الناخبين الجزائريين, لا تولي ادنى اهتمام للبرامج الحزبية ' لذلك لا يكون لتلك البرامج وزن كبير في التأثير في توجهات الناخب الجزائري.

- تداعيات سنوات الازمة الامنية الجزائرية.

تقلب الخطاب السياسي الذي ظلت تمارسه بعض القيادات ذات التوجه الاسلامي, و الذي اثر في مكانة تلك الاحزاب و مصداقيتها, و ادى الى تشتيتها و تشتيت وعائها الانتخابي بين الاحزاب الاصلية و الاحزاب الجديدة للمنشقين عنها.

-تزوير النتائج و التلاعب بها, و هو طرح الاحزاب الاسلامية الخاسرة, تلك التي شككت في نتائج الانتخابات و نزاهتها, و اتهمت الرئيس و السلطة بالتلاعب و تزويرها, و لكن تلك

¹ منير مباركية، الانتخابات التشريعية في الجزائر 10 ماي 2012 قراءة في التوقعات و النتائج و التداعيات.

الفصل الثاني : دور الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

الاطراف و اخرى عديدة مشككة في تلك النتائج, تقف عاجزة عن تحديد صور التزوير التلاعب و اشكال تقديم الادلة عليها¹.

¹ جريدة الخبر 16.05.2012 ص 28.

النتائج و اقتراحات الدراسة:

في ختام هذه الدراسة نخرج بجملته من النتائج، و نعمل على تقديم أجوبة للأسئلة التي وردت في بداية الدراسة:

- 1- تتمثل قوة الحزب في انه يمثل شريحة واسعة من المجتمع ، وكذلك لإرثه التاريخي ، ما يسمح له بلعب دور كبير في الاتصال السياسي ،من خلال إيصال مطالب المواطنين إلى المسؤولين على اتخاذ القرارات.
- 2- باعتبار حزب (FLN) هو حزب تابع للنظام ، لأنه مارس الحكم منذ الاستقلال و لا يزال داخل النظام حتى بعد التعددية الحزبية، إذ يعد الحزب الأول في البلاد بالنظر إلى النتائج التي يحققها في الاستحقاقات الانتخابية المختلفة، لكنه لا يستغل ما لديه من امكانات بشرية و مادية لتطوير ادائه في جانب الاتصال السياسي ما من شأنه ان يوسع دائرة انتشاره و يكسب المزيد من المؤيدين .
- 3- كما يحسب حزب (FLN) على النظام لذا فاتصاله السياسي يتمشى مع الخطابات الرسمية التي يضعها صناع القرار ، فأصبح الحزب وسيلة في يد النظام لتعزيز النظام القائم و ذلك ما نلمسه من خلال مناداته بعهدة رابعة لرئيس الجمهورية.
- 4- رغم ادعاء حزب (FLN) أنه يمثل الشعب و يعمل على ايصال مطالبه لصناع القرار إلا أننا لاحظنا من خلال احتكاكنا المباشر مع المناضلين لفترة من الزمن دامت سنة كاملة لإجراء هذا البحث ، لاحظنا أن الحزب من خلال مناضليه و نوابه لا يعمل حقيقة على هذا المبدأ، فمارسات الحزب بعيدة عن مضمون هذه المطالب.
- 5- عدم اهتمام القائمين على الاتصال في حزب (FLN) بالتقنيات الحديثة للاتصال و خاصة وسائط التواصل الاجتماعي حيث لم تستغل خلال الحملة الانتخابية لتشريعات 2012.

الاقتراحات:

فيما يخص الاتصال السياسي داخل الاحزاب السياسية

- 1- يجب على الأحزاب السياسية رسم سياسة اتصالية تتوخى فيها الأخذ بالأساليب العلمية الحديثة من أجل كسب تأييد الجماهير لها و لبرامجها ، و أن لا تقتصر هذه العملية على الحملات الانتخابية فقط بل تكون عملية مستمرة ، لخلق نوع من التواصل بين الحزب و المواطنين.
- 2- يجب أن توكل مهمة الاتصال و الإعلام لأشخاص ذوو كفاءة و خبرة علمية و أكاديمية في المجال ، لأن مهمة الاتصال داخل أي حزب هي الواجهة الأولى بينه و بين القاعدة الشعبية.
- 3- يجب تأطير المناضلين ، و تخصيص دورات تدريبية في الاتصال السياسي و الحوار للنهوض بمستواهم في هذا المجال ، و كذلك تدريبهم على مخاطبة الجماهير دون عقدة.
- 4- يجب أن تولي الأحزاب السياسية أهمية بالغة للمطالب الشعبية ، و أن تجعلها قاعدة لبرامجها السياسية لتضمن تمثيلا حقيقيا لمختلف الفئات الشعبية.
- 5- إن تطوير الأداء الإعلامي و الاتصالي يستلزم تطوير الوسائل الإعلامية التابعة للحزب ، كما عليها أن تكون دائما حاضرة في وسائل الإعلام المختلفة من خلال نشر نشاطاتها و متابعة انشغالات المواطنين اليومية.
- 6- الاهتمام أكثر بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال ، من خلال إعادة بعث مواقعها الالكترونية ، و العمل على تحديثها و تنشيطها ، و كذلك استخدامها كهمزة وصل بينها و بين رواد هذه المواقع .
- 7- الاهتمام أكثر بالاتصال الداخلي ، و نشر ثقافة الحوار و الديمقراطية بين المناضلين أولا ، لإيصال هذه الأجواء إلى المتعاطفين مع الحزب، و على هذا الأساس تنكسر مبادئ الممارسة الديمقراطية داخل و خارج الحزب.

8- الاهتمام أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها تجلب شرائح عديدة و كثيرة من المجتمع خاصة فئة الشباب، و عليه يجب على الأحزاب أن تعمل على استغلال هذه الوسيلة التواصلية لنشر سياساتهم وكسب التأييد لبرامجهم.

خاتمة:

تعد الانتخابات احد أهم مظاهر المشاركة السياسية في الأنظمة الديمقراطية المعاصرة ، و في ظل النظام العالمي الجديد وتزايد الدعوات للإصلاح و الديمقراطية ، أصبح الحق في المشاركة السياسية ، و إجراء انتخابات حرة و نزيهة وسيلة أساسية لتعبير الشعب عن إرادته في اختيار الحكام و في استبدالهم .

تعد الأحزاب السياسية حلقة مهمة و ضرورية في عملية الاتصال السياسي ، إذ تلعب دور الوسيط بين المجتمع و السلطة، من خلال جمع المطالب و المشاكل و انشغالات الشعب و نقلها إلى متخذي القرار .

و الجدير بالذكر أن الاتصال السياسي يدخل ضمن كل مراحل العمل السياسي من إنشاء الأحزاب و اتصالها الداخلي و تواصلها مع محيطها ، و هو الأداة الأساسية التي تسمح له بتحقيق هدفه في الوصول إلى السلطة و الاستمرار فيها ، إذ يعتبر الاتصال السياسي احد الركائز الأساسية في العمل السياسي ، فلا وجود لديمقراطية و ممارسات حزبية دون وجود اتصال سياسي.

و من خلال هذه المذكرة استخلصنا أن حزب (FLN) و غيره من الأحزاب السياسية الجزائرية لا تزال بعيدة عن التقنيات الحديثة للاتصال ككل و الاتصال السياسي بالخصوص و عليه فهي لا تقوم بوظيفتها في إيصال مطالب الشعب إلى الحكومة على أحسن وجه. يمكن إرجاع تراجع مستوى حزب (FLN) إلى ضعف خطابه السياسي ، وكثرة الشقاكات الداخلية بين مناضليه من أجل مصالح ضيقة لبعض الاطراف على حساب مصلحة الحزب التي من المفروض تصب في مصلحة الشعب.

نظرا لهذه المشاكل التي يتخبط فيها حزب (FLN) بالخصوص فقد خلق هوة بينه و بين القاعدة الشعبية التي ترى بأنها بعيدة عن اهتمامات الحزب الذي انهمك في مشاكله الداخلية بدل الاهتمام بانشغالات و مشاكل المواطنين.

تجدر الإشارة إلى انه لضمان نجاح الاتصال السياسي ، يجب التركيز على مبادئ الديمقراطية داخل الأحزاب ، و أن تكون مرآة عاكسة للمطالب الحقيقية و انشغالات المواطنين ، من أجل استرجاع الثقة في العمل الحزبي و بذلك تتسنى مشاركة المواطن الجزائري في الحياة السياسية التي اعتزلها مؤخرًا.

من خلال ما تم عرضه نستطيع القول بانه تم تنفيذ الفرضية الثانية و الثالثة و تأكيد الفرضية الاولى ، رغم الحديث المتكرر عن التزوير في الانتخابات سواء من قبل التيار الاسلامي او المعارضة ، فالناخبين اختاروا استمرار الوضع على ما هو عليه حفاظا على المكسب الامني.

المراجع الأساسية:

I - الكتب باللغة العربية:

- 1- اسماعيل الغزال، (القانون الدستوري والنظم السياسية)، لبنان : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1982.
- 2- إسماعيل علي سعد، (المجتمع والسياسة، دراسة في النظريات والمذاهب والنظم)، القاهرة دار المعرفة الجامعية، 1998.
- 3- البير سوبول، (تاريخ الثورة الفرنسية):ترجمة، جورج كوسر، (بيروت: منشورات عويدات، ط1)، 1970
- 4- السيد عبد الحليم الزيات ، (التنمية السياسية)، دراسة في الاجتماع السياسي، ج 3 ،الأدوات و الآليات، 2002.
- 5- العيفا أويحي، (النظام الدستوري الجزائري)، الطبعة الأولى، الجزائر ، 2002.
- 6- براء ميكائيل (الجزائر: انتصار الوضع القائم) ، صدى تحليلات، مؤسسة كارينغي للسلام الدولي 17 ماي 2012.
- 7- بطرس بطرس غالي، (المدخل في علم السياسة)، ط 5، القاهرة : مكتبة الانجلومصرية، 1976.
- 8- بوشعير سعيد،(القانون الدستوري و النظم السياسية المقارنة)، الجزائر، الطبعة السابعة، الجزء الثاني،ديوان المطبوعات الجامعية،2005.
- 9- جمال محمد أبو شنب ، (نظريات الاتصال و الإعلام ، المفاهيم ، المداخل النظرية ،القضايا) ، دار المعرفة الجامعية ، 2010.
- 10- جندي عبد الناصر، (تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية)،الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية،2005.
- 11 - راسم الجمال،خيرى معوض عياد، (التسويق السياسي و الإعلام)- الإصلاح السياسي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
- 12- طارق الخضري،(الديمقراطية في الوطن العربي، المفاهيم و الضمانات) ،المنظمة العربية لحقوق الانسان،دار المستقبل العربي ، القاهرة، الطبعة الثانية،1993.
- 13- عبد الرحمن عبد الباقي، (دراسات في الإعلان)، دار المعارف ، القاهرة ،ص 79.

الفصل الثاني : دور الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

- 14- عبد الوهاب الكيالي : (موسوعة السياسة) ، (المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، الجزء الاول ، ط4 ، 1999) .
- 15 - عبدالغفار رشاد القصبي : (التطور السياسي و التحول الديمقراطي) ، ج1 ، القاهرة: كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، ط2 ، 2006 .
- 16- عصام نعمة اسماعيل ، (النظم الانتخابية-دراسة حول العلاقة بين النظام السياسي و النظام الانتخابي(دراسة مقارنة))، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الثانية، 2009.
- 17- محمد احمد عوض، (الإدارة الإستراتيجية " الأصول و الأسس العلمية") ، مصر، الدار الجامعية طبع، نشر توزيع، 2001.
- 18- محمد السويدي، (علم الإجتماع السياسي)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1990.
- 19- محمد بن أبي بكر الرازي ، (مختار الصحاح) ، لبنان: مكتبة لبنان .
- 20- محمد سعد أبو عامود، (التسويق السياسي و ادارة الحملات الانتخابية)، منشأة المعارف بالسكندرية، 2008.
- 21- محمد منير حجاب ، (ادارة الحملات الانتخابية، طريقك للفوز في الإنتخابات)، دار الفجر للنشر و التوزيع 2007.
- 22- موريس ديفرجيه (النظم السياسية)، ترجمة: أحمد حسيب عباس ، (القاهرة: كامل مهدي للطباعة والنشر).
- 23- موريس ديفرجيه ، (الأحزاب السياسية)، ت: سامي الدوري وجمال الأتاني، بيروت: دار الجمل .
- 24 - ناجي عبد النور ، (النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية الحزبية)، الجزائر : مديرية النشر لجامعة قالم 2006 .
- 25- ناصر دادي عدون، (الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية) " دراسة نظرية و تطبيقية" ، الجزائر، دون دار نشر، 2004 .
- 26- ابتسام القرام، (المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري)-باللغتين العربية و الفرنسية- .قصر الكتاب، البلدة، الجزائر، 1998.
- 27- أبو قحف عبد السلام، (التسويق السياسي-فن البيع و التفاوض)،-، الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2004.

الفصل الثاني : دور الاتصال في الإستراتيجية الانتخابية لحزب جبهة التحرير الوطني

28- بن الصغير زكريا، (الحملات الانتخابية-مفهومها وسائلها وأساليبها) ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2004.

29- مارسيل ميرل و البير مابيلو (الأحزاب السياسية في بريطانيا العظمى) ، ترجمة:محمد برجوي: منشورات عويدات، ط1، بيروت، 1970.

30- موسى خليل، (الإدارة المعاصرة " المبادئ ، الوظائف، الممارسة")، الطبعة الأولى ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، لبنان، 2005.

31- فضيل دليو ، (أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية) ، د م ج، قسنطينة، 2007 .

II- وثائق حزب جبهة التحرير الوطني:

- 1- القانون الأساسي للحزب، (الصادر عن المؤتمر الثامن للحزب المنعقد في الجزائر العاصمة أيام 31/30 جانفي و 1 فيفري 2005).
- 2- النظام الداخلي للحزب ، (الصادر عن المؤتمر الثامن للحزب المنعقد في الجزائر العاصمة أيام 31/30 جانفي و 1 فيفري 2005).
- 3- البرنامج العام للحزب، (الصادر عن المؤتمر الثامن للحزب المنعقد في الجزائر العاصمة أيام 31/30 جانفي و 1 فيفري 2005).

III-الرسائل الجامعية:

- 1- إسماعيل مرازقة ،(الاتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية والإعلامية)،(رسالة ماجستير)،جامعة الجزائر: معهد علوم الإعلام و الإتصال، 1995.
- 2- سليمة رابحي ، (الأحزاب السياسية و عملية الاتصال السياسي في الجزائر) ، دراسة وصفية مقارنة لدور حزب "حزب جبهة التحرير الوطني" و "حزب العمال" جامعة الجزائر معهد علوم الإعلام و الإتصال، 2008 .

3- عفاف حبة،(التعددية الحزبية والنظام الحزبي -دراسة حالة الجزائر-)مذكرة ماجستير :قسم

العلوم القانونية ، جامعة بسكرة ، 2004/2003 .

V - التقارير والبيانات :

1- المعهد الديمقراطي الأمريكي، بيان للوفد الدولي لتقييم فترة ما قبل الإنتخابات، الإنتخابات التشريعية-الجزائر 5،2،12 أبريل 2012.

2- المنظمة الدولية لنشر التقارير حول الديمقراطية،تقييم إطار تنظيم الإنتخابات الرئاسية و التشريعية و الاستفتاءات و الإنتخابات الولائية ، الجزائر ، وزارة الشؤون الخارجية لجمهورية ألمانيا الاتحادية، جانفي 2007.

IV - الكتب باللغة الأجنبية:

1-BERNARD BADIE (**le developpement politique**) (economica,5eme edition,paris,1994)

2-Bernard E. Brown, Poy C, Macridis, (**Comparative polities, Note and Reading**) , London : EIGHTH. Edition, 1996

3-Jaun Luc CHarrouni ,Sabrine Separi ,Manual d' Aplication,(**organisation et gestion de l'entreprise**), 2éme édition DUNOD.Paris 2001 .

4- Mark S Bonchek, **Thinking about Political Participation Finding The Right Theoretical Tool**(Internet Source ,www Pin Library Pool-cog.Htm, United Nations Hight Commisionner for Human Rights, Geneva, Copyright 1997).

5- Pippa Noris(**Electoral Engineering: Voting rules and political behavior**), Cambridge: Cambridge University Press, نقلا عن مقالة للدكتور امحمد برقوق ،الهندسة الانتخابية: مقارنة معرفية.

- 6- Richard Lynch ,Paul Baines,John Egan,(**Marketing Strtegy and Political Campaigning**), London Middlesex University Discussion Paper Series,2002,pp :1-2 ;on line :www.mdx.ac.uk.
- 7- Yves Meny, (**Idéologie, Partis Politiques est Groupes Sociaux**), France: Presses de la Fondation Sociale des Sciences Politiques, 1989.
- 8- Zaller.J. **the statistical power of election studies to detect media exposure in political campaigns**,election studies,21,2002.
- 9-A.Reeve & A.Ware:(**Electoral Systems**), London: Routledge, 1992
- 10 – Ross Wirth, PH.D ;Strategic Planing ,2005,
online :www.entarga.com.LStratplan L Planggsteos.HTM
- 11-Marcel Prelo,(**Science Politique**), P.U.F, Paris, 1967.
- 12-David Beetham: (**Democracy and Human Rights**), London: Polity, نقل عن
مقالة للدكتور امحمد برقوق ،الهندسة الانتخابية: مقارنة معرفية.