

جامعة عبد الحميد بن باديس



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وصحافة مكتوبة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان:



آليات الإقناع في الخطابات السياسية الجزائرية

تحليل رسائل الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة"

. انتخابات أفريل 2014 .

إشراف الأستاذ:

العماري بوجمعة

من إعداد الطالبة:

راجع عتيقة

لجنة المناقشة متكونة من:

الأستاذ: د. العربي بوعمامة رئيسا.

الأستاذ: د. العماري بوجمعة: مشرفا ومقررا.

الأستاذ: د. بعلي محمد السعيد: عضوا ومناقشا.

السنة الجامعية: 2014/2013

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا سبيل العلم والمعرفة، ووفقنا في انجاز هذا العمل المتواضع، فالشكر الأول والأخير له عز وجل على منحه لنا القوة والثبات والصبر على تحمل كل الصعوبات والعوائق، كما نتقدم بالشكر والتقدير الكبير للأستاذ المشرف والفاضل "العماري بوجمعة" على كافة النصائح والتوجيهات التي أمدنا بها راجين من المولى عز وجل أن يوفقه دائما لخدمة العلم والمعرفة، كما نشكر أعضاء اللجنة المناقشة التي كانت ناصحا وناقدا وموجها.

ونتوجه بالشكر إلى كافة الأساتذة الذين رافقونا طيلة مشوارنا الدراسي من الابتدائي إلى الجامعي.

وإلى كافة الزملاء والطلبة في السراء والضراء و كل من ساعدنا في انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

الإهداء

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله أهدي ثمرة عملي إلى من ألجأ إليه إن ضاقت بي الأيام وكثرت نوائبي، إلى من تخونني لغتي وألفاظي للتعبير عن شكري له، إليك ربي وخالقي أحمدك وأشكرك شكرا كثيرا مباركا فيه.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة، إلى نبي هذه الأمة، سيد العالمين، محمد عليه الصلاة والسلام.

كما أهدي عملي المتواضع إلى منبع الحنان، إلى التي تحت قدميها الجنان، وعن وصفها يعجز اللسان، إلى التي لو أباح الله السجود لها لسجدت لها شاكرة، إليك أمي ثم أمي ثم أمي حفظك الله وأطال من عمرك وجعلك من نساء الجنة آميين يارب.

إلى قاتل يأسى ومانع بؤسى، من علمني العطاء دون انتظار، من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو من الله أن يطيل من عمرك لترى ثمارا حان قطافها بعد طول انتظار إليك أنت الذي لن يكررك الزمن، أبي الغالي حفظك الله ورعاك.

إلى قرين روحي، أخي فخرا واعتزازا " عبد الناصر " وإلى من لاتكتمل الفرحة إلا بوجودهما شقيقتاي الغاليتان، "مريم " و"تور الهدى إشراق" دون أن أنسى بهجة العائلة أخي " نصر الدين".

إلى من جمعتني بهم الحياة أحبائي: ميرة، ، محجوبة، كلثوم. وإلى أختي التي لم تلدها لي أمي الغالية "جميلة".

إلى كل من أعرفهم أقول: إذا القلم لم يكتبكم فالقلب لم ولن ينساكم أبدا.

عتيقة.

الفصل التمهيدي: المقاربة المنهجية و المفاهيمية

تمهيد:

بناء الإشكالية وطرح التساؤلات

أهداف وأهمية الدراسة

أسباب اختيار موضوع الدراسة

تحديد المفاهيم الإجرائية

مجتمع البحث. العينة والمعينة

نوعية الدراسة

منهج وأداة الدراسة

الدراسات السابقة

الفصل التمهيدي: المقارنة المنهجية
و المفاهيمية

الباب الأول:

الدراسة النظرية و التوثيقية

تمهيد:

تعتبر الدراسة النظرية خطوة ضرورية يقوم بها أي باحث بهدف توثيق موضوع دراسته وإعطائه مصداقية أكثر من خلال خطة تنظيمية يعرض من خلالها محاور دراسته النظرية واستنادا على هذا قسمنا دراستنا النظرية إلى فصلين: حيث تناولنا في الفصل الأول موضوع "الخطاب السياسي وميكانيزمات الإقناع" الذي ضم مبحثين، المبحث الأول تطرقنا فيه إلى "ماهية الخطاب السياسي" والذي انقسم بدوره إلى ثلاث مطالب عرضنا فيها تعريف الخطاب السياسي، سماته ومواصفات الخطيب، ثم الميكانيزمات الإقناعية في الخطاب السياسي. لنتطرق فيما بعد إلى المبحث الثاني الذي جاء بعنوان " الإقناع في الاتصال" والذي قسمناه إلى أربعة مطالب عرضنا فيها مفهوم الإقناع، ثم استراتيجياته، ثم حاولنا من خلال المطلب الثالث تبيان العلاقة بين الإقناع والاتصال ثم التطرق إلى أهم نظريات الاتصال الإقناعي لنختم الفصل الأول من دراستنا النظرية بخاتمة عامة حول مجمل ما تم عرضه في هذا الفصل. أما الفصل الثاني من الدراسة فجاء بعنوان " الحملة الانتخابية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر" والذي انقسم بدوره إلى مبحثين، حيث تناولنا في المبحث الأول موضوع " الاتصال السياسي في الجزائر" وقسمناه إلى أربعة مطالب قدمنا فيها مفهوم الاتصال السياسي ثم مستوياته، واقعه في الجزائر بعد التعددية ثم استراتيجيات تطوره في الجزائر أما المبحث الثاني من الفصل فجاء بعنوان "الحملة الانتخابية في الجزائر" والذي انقسم بدوره إلى أربعة مطالب كان أولها مفهوم الحملة الانتخابية، ثم الحملة الانتخابية والممارسة الديمقراطية ثم أدوات الحملة الانتخابية أما المطلب الرابع فعرضنا فيه الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بالجزائر لنختم الفصل بخلاصة عامة حول ما تم عرضه سابقا.

الفصل الأول: الخطاب السياسي
وميكانيزمات الإقناع

تمهيد.

المبحث الأول: ماهية الخطاب السياسي.

المطلب الأول: تعريف الخطاب السياسي.

المطلب الثاني: سمات الخطاب السياسي و مواصفات الخطيب.

المطلب الثالث: ميكانيزمات الإقناع في الخطاب السياسي.

المبحث الثاني: الإقناع في الاتصال.

المطلب الأول: مفهوم الإقناع.

المطلب الثاني: استراتيجيات الإقناع.

المطلب الثالث: العلاقة بين الإقناع و الاتصال.

المطلب الرابع: نظريات الاتصال الإقناعي.

خاتمة الفصل.

تمهيد:

يتميز الخطاب السياسي عن غيره من الخطابات بخصائص و مميزات خاصة، ذلك لأنه يتطلب التأثير القوي في المخاطب، و يتطلب ذلك أدوات خاصة للوصول إلى الفكرة، لذلك تعد دراسة الخطاب السياسي من الدراسات الحديثة فهي تطرح العديد من الإشكاليات بسبب التعقيد و التشابك الموجود في العملية الإيديولوجية في المجتمع و صعوبة الإحاطة بكافة جوانبها ودلالاتها.

لذلك يتطلب الخطاب السياسي آليات و استراتيجيات للإقناع و التأثير في الأفراد والجماعات حيث يعتبر هذا هو الهدف الأساسي من خطاب أيا كان نوعه و خلفياته، لذا وجب الحرص والعناية بكل ما يتعلق بالخطاب من تضمينات و حجج شكلا و مضمونا لإيصال الأفكار والإقناع بسرعة البرق.

المبحث الأول: ماهية الخطاب السياسي.

و للتعرف عن كثب على ماهية الخطاب السياسي و توضيح معالم دراستنا عمدنا إلى مجموعة خطوات قسمناها كالتالي:

المطلب الأول: تعريف الخطاب السياسي:

يتكون مصطلح الخطاب السياسي من كلمتين: كلمة "خطاب" وكلمة "سياسة".

لذلك ولضبط مفهومه بدقة وجب التطرق لكل كلمة.

الخطاب: في علم اللسانيات يدل على: مجموعة متسلسلة من مراحل تطور المؤشرات اللغوية وهذه المادة اللغوية تنتج ما يسمى بالرسالة التي تحمل بداية ولها نهاية.¹

وقد جاء في معجم اللسانيات أن الخطاب: "وحدة مساوية للجملة أو أكبر منها، مؤلفة من متتالية تشكل رسالة ذات بداية ونهاية"²

¹: وهيبه حمودي؛ انعكاسات الخطاب الرئاسي لعبد العزيز بوتفليقة على الممارسة الإعلامية في الجزائر؛ مذكرة ماجستير؛ تحت إشراف؛ إبراهيم براهيمى؛ جامعة الجزائر؛ كلية العلوم السياسية والإعلام؛ 2002. 2003؛ ص26

²: محمود عكاشة؛ لغة الخطاب السياسي؛ القاهرة؛ دار النشر للجامعات؛ ط1؛ 2005؛ ص 38

أما الدكتور " محمد عابد الجابري " فقد عرف الخطاب على أنه: "بناء من الأفكار إذا تعلق الأمر بوجهة نظر يعبر عنها تعبيراً استدلالياً أي بشكل مقدمات ونتائج وهذا البناء الاستدلالي يتطلب مواد ومفاهيم تخضع لقواعد معينة".¹

أما كلمة "سياسة" فهي تعني عند البعض: "الإدارة و النظم السياسية و العلاقات الدولية والسلطة السياسية و المواطنة فهي في معناها اللغوي تعني و بالتحديد في قاموس المنجد في اللغة و الإعلام، مشتقة من كلمة " ساس " أي " ساس القوم " بمعنى: دبرهم وتولى أمرهم²

أما اصطلاحاً فيرى " توماس داي " أن السياسة هي " ما تفعله ولا تفعله الحكومة "

أما "دفيد ايستون" فيستخدم الكلمة بمعنى: " التخصيص السلطوي للقيم على مستوى المجتمع ككل "

فالسياسة هي إذن: " مجموعة القرارات التي تتخذها الدولة من أجل تحقيق أهداف محددة في مجال معين ".³

¹: وهيبية حمودي؛ مرجع سابق؛ ص 27

²: مجد الهاشمي؛ الإعلام الدبلوماسي و السياسي؛ الأردن؛ دار أسامة للنشر؛ ط1؛ 2009؛ ص 11

³: حنان يوسف؛ الإعلام و السياسة مقاربة اعتباطية؛ القاهرة؛ الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي؛ ط2؛ 2006؛ ص 38

وهو أيضا " مجموعة من المخرجات وهي إحدى وسائل الاتصال السياسي تمثل اتصالا نازلا من الحاكم إلى المحكوم، ولا يقتصر على الحاكم بل على جميع رجال السياسة الذين يطورون استراتيجيات الإقناع".¹

الخطاب السياسي هو سلوك لفظي يؤدي إلى التواصل، وهو منظومة من الأفكار تختلف في آلياتها ونظمها حسب مستوى النضج الفكري و الوعي بمتطلبات المجتمع ومدى ارتباطها بمستوى الأداء الحركي في عملية التغيير و التنمية و الحضور.

أي معناه أن الخطاب هو خطاب الساسة من ذوي السلطة في الدولة²، ونفهم من هذا أن الخطاب هو: مدونة تتكون من مجموعة عناصر إعلامية وإجرائية يتم في ظلها تبرير مواقف أو قوانين أو قرارات تتخذها السلطة في ميدان معين.

إجرائيا يعرف الخطاب السياسي على أنه: "كل رسالة مدونة تتعلق بممارسة السلطة لنشاطاتها أو ترتبط بتحقيق هدف أو تبرير موقف أو تمرير رؤية الحاكم أو أحد أطراف الحكم".³

¹: وهيبه حمودي؛ مرجع سابق؛ ص 27

²: جلال الدين بن عائشة؛ الأمانة في ترجمة الخطاب السياسي؛ مذكرة ماجستير؛ جامعة منتوري قسنطينة؛ 2009 2010 ص 31

³: وهيبه حمودي؛ مرجع سابق؛ ص 27

المطلب الثاني: سمات الخطاب السياسي ومواصفات الخطيب:

أولاً: سمات ومميزات الخطاب السياسي:

الخطاب السياسي هو خطاب صادر من جهة عليا وهي السلطة السياسية أو الحزبية أو الحكومية إلى جهة أدنى وهي الشعب ومن سماته وخصائصه مايلي:

1. يتسم الخطاب السياسي بأنه ذو بنية نظرية على درجة من التماسك وهي مستمدة من الإيديولوجية التي يتبناها النظام الحاكم.

2. الخطاب وحدة لغوية أشمل من الجملة، فهو تركيب من الجمل المنظومة طبقا لنسق مخصوص من التأليف.

3. الخطاب نظام من الملفوظات، مصدره فردي وهدفه الإفهام والتأثير يرمي إلى رسالة واضحة ومؤثرة في المتلقي.

4. يكون الخطاب السياسي غالبا منسقا وعلى شيء من التعقيد في الصياغة ومفكرا به مسبقا.

5. يهدف الخطاب السياسي إلى إضفاء المشروعية على إجراءات السلطة السياسية في الماضي والحاضر والمستقبل.¹

¹: باقر حاسم محمد؛ الخطاب السياسي واللغة العادية؛ الرابط؛ جريدة الاتحاد الكردستاني؛ العدد؛ 134؛ ص 11 .

6. يرتبط الخطاب السياسي ارتباطا كليا بالواقع الخارجي ويتفاعل مع ظروفه و يتأثر بجميع الأحداث داخليا وخارجيا.
7. يعتني الخطاب السياسي أولا بالمضمون والفكرة وثانيا بالشكل اللغوي.
8. يأخذ الخطاب السياسي شكلا رسميا ليعطي لنفسه قداسة الهدف ومصداقية الفعل.
9. الخطاب السياسي ليست له قيم ثابتة كالخطاب الديني، فقيمه مستمدة من الظروف والمصالح والاتجاهات و النفوذ ذات مفاهيم متعددة وتحمل وجوها كثيرة.
10. يستخدم الخطاب السياسي المفردات الاجتماعية المعاصرة التي يستخدمها الجمهور، ولا يستخدم مفردات قديمة وغريبة.
11. هو خطاب مباشر، حيوي، سريع الفهم والتأثير، ولغته واقعية من واقع الخطاب اليومي.
12. الخطاب السياسي له جمهور واسع وكبير ويتجاوز المتلقي الداخلي إلى المتلقي الخارجي في الخطابات الدولية أو ذات المضامين التي تتعلق بالمجتمع الدولي.
13. الخطاب السياسي خطاب ممتد يتجاوز حدود القطر الجغرافي لأنه خطاب شمولي جمعي ، مقصدي.
14. يحظى الخطاب السياسي باهتمام واسع من قبل السلطة التي تضع كوادر بشرية تعمل على تدعيم خطابها وترويجه ويستطيع الخطاب بنفوذه السلطوي الامتداد خارج الحدود الجغرافية¹.

¹: محمود عكاشة مرجع سابق؛ ص ص 346؛347.

15. تشكل السلطة حضورا مستمرا في جميع الخطابات السياسية فليس هناك خطاب دون سلطة لأن جميع الخطابات السياسية تتجه نحو مصالح السلطة.¹

ثانيا: مواصفات وسمات الخطيب:

يحتاج الخطيب إلى جملة من المهارات قبل و أثناء إلقاء خطبته والتي ينبغي توفرها فيه لضمان التأثير ومصداقية رسالته وهي كالتالي:

أولا: قبل إلقاء الخطبة:

1. على الخطيب أن يدرب نفسه على الاستمالة و التأثير و الإقناع إضافة إلى الإلقاء الجيد.

2. يجب عليه تحديد أهداف الموضوع محل الخطبة، ثم التخطيط للوصول إليه.

3. جمع الأدلة و الشواهد والإحصائيات اللازمة و الأفكار الإبداعية و الحرص على أن تكون منسجمة ومتناغمة فيما بينها.

4. القيام بمراجعة الخطبة لغة و أسلوبا ومضمونا قبل الإلقاء.

5. على الخطيب أن يثق بنفسه ومكانته بين الناس، كما يجب أن يعتني بمظهره، لأن ذلك يعطي انطباعا أوليا على شخصيته.

6. الحذر من الخوف لأنه من أكبر الأعداء للخطباء لذلك ينبغي عليه أن يتعرف على مصادر خوفه².

¹: محمود عكاشة؛مرجع سابق؛ ص 349

؛جورج كلاوس ؛ ت؛ميشال كيلو؛ لغة السياسة؛ دمشق؛منشورات وزارة الثقافة؛1997 ص 121Goerge clauss²؛

ومن المهارات التي يحتاجها الخطيب أيضا أثناء إلقاء خطبته مايلي:

1. عليه أن يكسر الحاجز النفسي بينه وبين المستمعين من بداية
 2. على الخطيب أن يتجنب حشو الكلام وأن لا يسترسل في حديثه و الحرص على أن لا يتعدى زمن الخطبة عشرون دقيقة.
 3. على الخطيب أن يجعل أفكار خطبته متسلسلة وأن يراعي قواعد اللغة العربية في خطبته.
 4. على الخطيب أن يستخدم أسلوب المقارنة و التحليل و ضرب المثل¹.
- ومن المميزات التي تنطبق على بعض السياسيين و القادة العسكريين هي:
1. "الكاريزم": وهو مرتبط بشخص يعتقد دائما أنه مصطفى ومختار من عند الله.
 2. يجب أن يملك قدرة فوق الطبيعة تجعله شبه مقدس داخل جماعته.
 3. أن يكون لديه إيمان راسخ بضرورة تحمل التضحيات في سبيل الهدف المثالي.
 4. يؤمن التابعين أنه مكلف بالتغيير الجذري و ليس المحافظة على الوضع الراهن.
 5. الخطيب السياسي هو شخص له رسالته دائما و يعتقد بأن المستقبل سيكون أفضل مما هو في الحاضر.²

¹: جورج كلوس Goerge clause مرجع سابق؛ ص 121

²: بوجين جينجر؛ سيكولوجية الزعامة؛ بيروت؛ دار النهضة العربية؛ ص ص122 123.

المطلب الثالث: ميكانيزمات الإقناع في الخطاب السياسي:

يحتاج الرجل السياسي في خطابه إلى جملة من التقنيات التي يستعملها لإقناع المستقبليين والتي نذكر منها مايلي:

1. **تقنية القدم في الباب:** أكثر من يستخدم هذه التقنية رجال السياسة الذين يقومون بتوريط الجماهير أو شخصيات مهمة في قضايا تبدو أنها بسيطة ومحدودة التأثير، ولكن البدء في التعاطي معها يورط صاحبها في مواقف أو أفعال أخرى أكبر منها حجما وأكثر خطورة فتشبه هذه العملية سلسلة مكونة من مجموعة من الخلفيات إذا أمسك بالحلقة الأولى تجر ما بعدها من الحلقات، وقد استمد اسم هذه التقنية من الطريقة التي يستعملها الباعة المتجولون بين البيوت لعرض مبيعاتهم على ربات البيوت ولكي لا تغلق الأبواب أو صادمهم ويجبرن ربات البيت على السماح لهم بعرض ما يحملون معهم من بضاعة يضعون أقدامهم في الجزء المفتوح من الباب فتضطر صاحبة البيت إلى عدم غلق الباب والإعراض عن البائع.
2. **تقنية المجاملة:** تقوم هذه التقنية على فكرة مفادها أنه يجب علينا أن نقوم بسداد دين خدمة ما قدمها لنا أشخاص آخرون ومن صنف مماثل وإلا سنشعر بعقاب من قبل الضمير في حالة الامتناع، ومن أكبر مجالات المجاملة الحيوية: العمل السياسي، فهي تظهر في كل مستوى من مستوياته وعادة ما تقوم بعض الدول بمناصرة قضايا عالمية معينة ونجعل أصحاب هذه القضايا مدنين لهذه الدول، ولا يتأخرون في الاستجابة إلى تأييدهم في مواقف معينة تعبيرا على رد الجميل لهذا الزعيم السياسي.¹

¹: عامر مصباح؛ الإقناع الاجتماعي؛ الجزائر؛ ديوان المطبوعات الجامعية؛ 2005؛ ص ص 135، 136.

وهذا ما حدث مع الرئيس الأمريكي السابق " لندون جونسون " الذي استطاع أن يمرر العديد من المشاريع السياسية وتتال موافقة مجلس الشيوخ عليه، إذ صوت عليه أعضاء المجلس الذين كان يظن أنهم معارضين لمقترحاته بشدة، ويرجع ذلك إلى العدد الكبير من الخدمات التي كان يقدمها الرئيس لأعضاء الكونغرس أثناء سنوات نفوذه في مجلس النواب والشيوخ.

3. تقنية اللص الصديق: تقوم هذه التقنية على قوة الاستعطاف و الحب الذي يتبادله الأفراد فيما بينهم فكلما شعر الفرد بأن فرد آخر يحبه و يظهر مشاعر ايجابية نحوه كلما كان أقدر على إقناعه وتغيير سلوكه أو توصيل رسالة بسهولة إليه، حيث أن الفرد يتقبل بسهولة الرسائل من قبل الأفراد الذين يحبهم ويحبونه وهذا ما نلمسه عند رجل السياسة فمن خلال خطابه يريد التودد بعبارات الأخوة و الصداقة و الحب والأمل و السلام وباسم نحن حتى يبني جسر محبة بينه وبين جمهوره فتزيد مصداقيته ويحقق هدفه، هذا ما نلمسه في الساحة السياسية الجزائرية، كيف أن الأحزاب السياسية كانت متناحرة ومتعادية راحت تتحالف وتتقارب فيما بينها نتيجة الاحتكاك وقد أدت الظروف المحيطة دور في دفع مثل هذه الأحزاب المتناقضة فيما بينها إلى الاحتكاك لدرجة التعاون للتحضير للانتخابات الرئاسية ل:15 أفريل 1999 و التعاون في جمع التوقيعات لمرشحيها في الرئاسيات.¹

4. **تقنية الإذعان الموجه:** تنطلق هذه التقنية من ذلك الاحترام المتبوع بالانصياع الذي يفرضه علينا أناس معينين في المجتمع كالأطباء، رجال الدين أو رجال السياسة والذين غالبا ما يتحكمون في شعورنا وتتدخل في هذه التقنية ثلاث متغيرات تضي عليها فعالية في التأثير و الإقناع وهي كآآتي:

1. **متغير الألقاب:** وهي من أصعب رموز السلطة فعادة ما يستهلك كسب لقب سياسي سنوات عديدة حتى يصل صاحبه إلى المكانة التي تقابل ذلك اللقب وفي نفس الوقت من السهل التلبس بلقب ما يكتسي حالة من الهيبة والاحترام وقد ينتحل شخص ما في المجتمع لقباً بطريقة آلية لينال الإذعان و الانصياع.

2. **متغير الملابس:** الملابس من رموز السلطة التي توحى بالهيبة و الطاعة و الأمر والنفوذ يؤدي إلى الانصياع دون تفكير. فالبدلة الجديدة مع ربطة العنق وتسريحة الشعر المتزنة تضي على صاحبها الهيبة والنفوذ التي تؤدي إلى الاستجابة الآلية.

3. **متغير الزركشات:** من رموز السلطة التي تضي الاحترام و الهيبة هي "السيارة" خاصة التي عرفت في المجتمع عادة، أن مقتنيها من رجال الحكومة أو من ذوي النفوذ و السلطة كسيارة "نيسان ومرسيدس" "NISSAN،MERCEDES" طبعاً الفاخرة منها فعادة إذا كانت هذه السيارة تسير في الطريق يجد أصحابها الاحترام من قبلنا.¹

5. تقنية غسل الأدمغة : أول من استعمل هذا المصطلح هو الصحفي الأمريكي "ادوارد هنترن" Edward Henter "بعد الحرب العالمية الثانية وأراد به تجريد العقل من منظومته المعلوماتية و القيم والمبادئ المتأصلة في أعماقه، وعملية غسل المخ لها استعمالات متنوعة وليست حبيسة الأفراد فقط بل تسحب على الشعوب بكاملها خاصة التي تتعرض لعقاب من قبل الدولة المتمثل في الحصار الاقتصادي والهجمات العسكرية مثلما حدث في العراق مع الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا في التسعينات وأوائل القرن الواحد العشرين متضمنة الثورة على النظام السياسي القائم وتحطيم الثقة بين الحكومة والشعب والنتيجة المرجوة من عملية غسل الأدمغة للشعوب هي جعل هذه الشعوب تفكر وفق أهداف الدولة المهيمنة وتتصرف بشكل مساير لمصالحها الحيوية¹.

¹:عامر مصباح؛مرجع سابق؛ص ص 161 162

المبحث الثاني: الإقناع في الاتصال:

يعد الإقناع أحد الاستخدامات الأساسية للاتصال و ليس عملية مستقلة عنه، لذلك يوصف الإقناع بأنه عملية اجتماعية تماما كالاتصال وهذا ما سنوضحه من خلال تبيان العلاقة بينهما بالتطرق إلى النقاط التالية:

المطلب الأول: مفهوم الإقناع:

يتم الإقناع من خلال عدة جهود متتالية تستهدف استمالة العقل أو العاطفة أو أحدهما فهو ليس فعلا ميكانيكيا، حيث يتطلب التخطيط المسبق و الوقت و الجهد للتغلب على كافة العوائق التي تقف في سبيل تحقيق أهداف العملية الإقناعية.

يعرف الإقناع في اللغة على أنه: من قنع بالشيء أي رضي به.

اصطلاحا: هو عملية مقصودة من المقنع إلى من يريد إقناعه لتغيير معلومات أو مفاهيم أو اتجاهات أو صور ذهنية وهذا التغيير يكون كليا من فكرة غير مقتنع بها إلى قناعة تامة بها.¹

من خلال هذا سنتطرق إلى أهم التعريفات التي جاءت في الإقناع:

يعرفه الدكتور: " عامر مصباح " بأنه " عملية إيصال الأفكار والاتجاهات و القيم والمعلومات، إما إحياء أو تصريحاً عبر مراحل معينة وفي ظل شروط موضوعية وذاتية مساعدة وعن طريق عملية الاتصال".²

¹ www. Caus org. Com: التوقيت يوم 21/11/2013 الساعة 11:30.

²: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 17

يعرفه أيضا العالم "والاس" Wales بأنه: "تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة ومساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها، عن طريق عملية محددة لهذا التأثير".

ويعرفه العالم "إيفي روبل" Ili vie rouble " على أنه " جعل شخص ما، يعتقد شيء ما"¹

كما يعرف الإقناع على أنه: " أي اتصال مكتوب أو شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على الاتجاهات و الاعتقادات أو السلوك"²

ويعرفه الباحث " بيتنجوس " Bettinghans بأنه: " محاولة مقصودة من جانب المرسل لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل من خلال نقل بعض الرسائل وهنا يلاحظ استخدام تعبير بعض الرسائل، حيث يشير إلى أهمية التكرار و الكثافة و التنوع في العملية الإقناعية".

أما الأستاذ " محمد عبد الرحمن" فقد عرف الإقناع على أنه " يخضع للقوانين التي تحكم عملية الإدراك والمعرفة و الدافعية، فهو يقول في ذلك: أن الفرد يميل إلى الاقتناع بالإيحاءات التي يعتقد أنها تصدر من الأشخاص ذو المكانة الاجتماعية البراقة".³

¹: عامر مصباح ؛ مرجع سابق؛ ص 17

²: إبراهيم أبو يعقوب،الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي؛ الأردن؛ مجدلاوي؛ ط1؛ 1993؛ ص 189

³؛ عامر مصباح؛مرجع سابق؛ ص16

فالإقناع عبارة عن فعل مؤثر في الرأي أو في وجهة النظر إذ يتم عن طريق المناقشات أو التفسيرات.¹

وتعرفه ليلى داود: " على أنه آلية رئيسية لتكوين الآراء و المواقف"²

ومن خلال ما سبق نستطيع القول بأن: الإقناع هو عبارة عن عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر لإخضاعه لفكرة ما لذلك وضعت له عدة شروط وقواعد تتصل بالعملية الإقناعية لتحقيق التأثير و النجاح ، ولكي يكون فعالا أكثر وجب معرفة مستوى الإقناع الذي تحدته الرسالة في المستقبل أو معرفة نوعية الاستجابة إزاء الرسالة الإقناعية وهو ميزان التقييم للقائم بالإقناع لمعرفة مواطن الضعف والقوة في عملية الإقناع والتمكن من تصحيح الأخطاء وإدخال التعديلات الممكنة لجعل العملية الإقناعية أكثر نجاحا و فعالية.

¹:محمود شمال حسن؛الصورة والإقناع؛ القاهرة؛ دار الآفاق العربية؛ 2006؛ ص 30

²: ليلى داود؛وسائل الإعلام وأثرها على تنشئة الطفل في المجتمع العربي؛ تونس؛المنظمة العربية للثقافة؛ 1992؛ ص 170

المطلب الثاني: استراتيجيات الإقناع:

هناك ثلاث استراتيجيات للإقناع، وهي عبارة عن خطوط توجيهية تشير إلى أنواع العوامل و المتغيرات التي ينبغي أن توضع في تفسيرات أكثر تفصيلا للإقناع، وهذه الاستراتيجيات هي¹ :

1. الإستراتيجية السيكودينامية: تعتمد على العامل السيكولوجي لإحداث عملية الإقناع والتأثير في سلوك الفرد بواسطة إثارة الجوانب النفسية و العاطفية فيه، مما يؤدي إلى التأثير على المقومات الإدراكية، حيث يعمد الواضعون لهذه الإستراتيجية إلى تحديد مجموعة خطية من المفاهيم هي المعبر عنها بالحاجات النفسية و الدوافع و المعتقدات والمصالح وأسباب القلق و المخاوف والقيم والآراء و المواقف وتعتبر هذه العناصر بواعث أساسية لسلوك الفرد؛ ومعيارا لفهم أعمق لعملية الإقناع و التأثير².

كما أن جوهر هذه الإستراتيجية هو استخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد لكي يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال، ومن المشكلات المزعجة بشأن هذه الإستراتيجية أنه لا يبدو أنها تعمل بشكل ثابت، ولا يدري أحد لماذا وإن كانت تبدو منطقية للغاية، ويرى " جيرالد هيلر " أنه على الرغم من الشعبية الدائمة للإستراتيجية الإدراكية، فإن الأدلة لا تؤيدها باعتبارها نهجا موثوقا به لتحقيق تعبير سلوكي عن طريق الإقناع³.

¹: سهير جاد؛ عبد العزيز شرقي؛ وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي؛ القاهرة؛ الهيئة المصرية للكتاب؛ ط1؛ 2003؛ ص 47

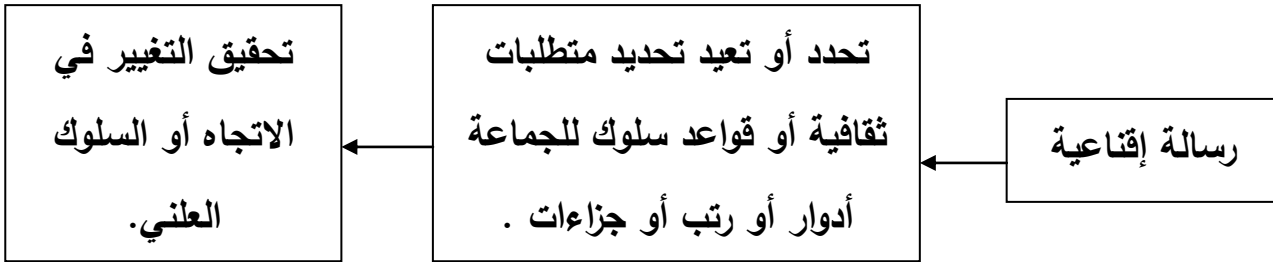
²: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 51

³: سهير جاد؛ عبد العزيز شرقي؛ مرجع سابق؛ ص 203

4. الإستراتيجية الثقافية الإجماعية:

تقوم هذه الإستراتيجية على فكرة مفادها أن الثقافة تؤدي وظيفة حيوية في تشكيل السلوك البشري وأكثر من ذلك أنها تتحكم في الأنماط السلوكية المنبثقة عن الشخصية، فهي الخلفية الفكرية و المعرفية والاعتقادية للسلوك.¹

حيث تتخذ هذه الإستراتيجية الشكل التالي²:



الإستراتيجية الثقافية الإجماعية

3. إستراتيجية إنشاء المعاني " الصور الذهنية": تقوم هذه الإستراتيجية على مفاهيم علماء الأنثروبولوجيا للسلاسل البشرية والقاضية بأن المعاني ترتبط باللغة مباشرة والتي من خلالها يعبر الإنسان عما بداخله من معاني، ثم يتصرف حيال العالم الخارجي بناء على ما يحمله من معاني.³

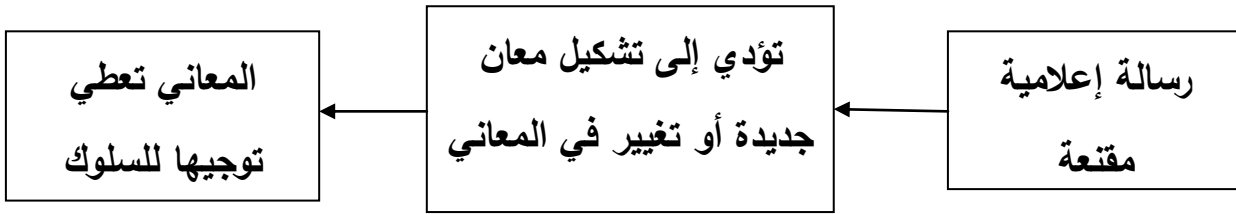
¹: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 52

²؛ سهير جاد؛ عبد العزيز شرقي؛ مرجع سابق؛ ص 204

³؛ عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 54

تلك المعاني التي يحملها الإنسان تشكل البنية المعرفية الداخلية التي تزود الإنسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه، من ثم فالتصرف إزاءه منبثق من بنيته المعرفية الداخلية فالمعلومات التي تنقل إلى الجمهور يجب أن تكون فعالة في تغيير المعاني التي ينسبها الناس لبعض الأشياء كالمنتجات أو القضايا أو المرشحين.¹

وإذا أمكن تحقيق هذه المتغيرات، فإن تعديلات السلوك نحو هذا الهدف من الإقناع يجب أن تأتي في أعقابها، وفيما يلي مخطط إستراتيجية إنشاء المعاني للإقناع:



مخطط إستراتيجية إنشاء المعاني

ونلخص من عرض الإستراتيجيات السابقة للإقناع أن الإستراتيجية السيكودينامية احتلت المسرح الرئيسي في الإعلان والإعلام وحملات التوعية طوال عقود طويلة، ولكنها واجهت مؤخراً أسئلة جادة عما إذا كان ممكناً أن تسفر عن نتائج موثوق بها أم لا.²

¹: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص54

²: سهير جاد؛ عبد العزيز شرقي؛ مرجع سابق؛ ص 208

الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية: لم تكن لها شعبية مثل سابقتها في بحوث التنشيط أو كأساس للإعلانات الواقعية أو أشكال أخرى للإقناع وهناك بعض الأدلة على أنها يمكن أن تكون فعالة للغاية، ولكن نجاحها قد يتطلب استخدام وسائل الاتصال الشخصي¹.

أما فيما يخص إستراتيجية إنشاء المعاني : فهي تعتمد على عملية إنشاء المعاني في الفرد إضافة إلى أنها عملية يمكن أن تكون على شكل إنشاء جديد للمعاني أو استبدالها بمعاني أخرى أو تثبيت معان جديدة.²

وأخيرا ورغم كل الجهود التي بذلت لوضع هذه الإستراتيجيات الإقناعية، إلا أنها لازالت في حاجة إلى المزيد من الدراسات والتجارب لتصبح نظريات مفصلة بعناية ومعلنة في فروض مسلم بها أو قضايا رسمية فتعمل بشكل ثابت.³

¹:سهير جاد؛ عبد العزيز شرقي؛ مرجع سابق؛ ص 208

²: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 55

³: سهير جاد؛ عبد العزيز شرقي؛ مرجع سابق؛ ص 208

المطلب الثالث: العلاقة بين الإقناع و الاتصال:

لا يستطيع الإنسان بطبعه العيش دون اتصال لفترة طويلة ذلك لأن الاتصال يحقق له وجوده ككائن اجتماعي، لأنه هام وحيوي لعمل كل جماعة تنشُد تحقيق مصالحها وأهدافها والمحافظة على وجودها وحضارتها.

فالاتصال هو عملية اجتماعية تعتمد على نسق كامل من الرموز، لا يتوقف عند حدود اللغة المنطوقة و المكتوبة فحسب، بل يمتد إلى مجموعة الأفعال التي يأتيها الإنسان في موقف معين من خلال الكلمات والإشارات و الحركات و الإيماءات و التعبيرات.¹

والعلاقة بين الإقناع و الاتصال هي علاقة قديمة ووثيقة، فقد ظهرت منذ سنين نماذج عديدة للاتصال، ومن خلال تحليل تلك النماذج ظهرت عدة تغيرات ومفاهيم كانت بمثابة المفاهيم الأولى للاتصال، تهتم بالخطابة من أجل إقناع المستمعين.

وتدل الدراسات على أن النظريات الأولى في الاتصال كنظرية " أرسطو وأفلاطون " اهتمت بدراسة الخطابة للمستمع بغرض الإقناع ولذلك ينظرون إلى الاتصال على أنه الفن العملي للإقناع، إذ لا يمكن تصور حدوث الإقناع بدون عملية الاتصال، لأن الإقناع هو أحد الاستخدامات الأساسية للاتصال وليس عملية مستقلة ومن أجل هذا يوصف الإقناع بأنه عملية اجتماعية تماما كالاتصال، فالاتصال عملية اجتماعية أساسية، بينما الإقناع هو عملية اجتماعية وظيفية و ثانوية.²

¹: هالة منصور؛ الاتصال الفعال؛ مفاهيمه وأساليبه ومهاراته؛ الإسكندرية؛ المكتبة الجامعية؛ 2000؛ ص 10

²: عبد الله بن محمد العوتن؛ كيف تقنع الآخرين؛ الرياض؛ دار العاصمة للنشر و التوزيع؛ ط1؛ 1996؛ ص 20

ويمكننا التفريق بين العمليتين وذلك من خلال تحديد بعض المواصفات التي ينبغي توافرها من أجل القول بأن العملية الاتصالية ماهي إلا عملية إقناع كذلك. فلقد تمكن بعض الباحثين من الإشارة إليها وتحديدها في النقاط الأربعة التالية:

1. يمكن اعتبار العملية الاتصالية عملية إقناع، إذا قامت على محاولة واعية ومتعمدة من أحد الأفراد أو الجماعات لتغيير سلوك فرد أو جماعة من خلال رسالة موجهة.
 2. يمكن اعتبار الاتصال عملية إقناعية، إذا أدى إلى تغيير في عدد من المعلومات والحقائق التي يحملها الفرد أو الجماعة.
 3. إذا أدى الاتصال إلى تغيير في السلوك عند الفرد أو الجماعة مع وجود النية المقصودة في ذلك، فيمكن اعتبار العملية الاتصالية هنا عملية إقناع.
 4. ويمكن أن يكون الاتصال إقناعاً، إذا تمكنا من الحكم على نتائج الإقناع بتحديد درجة النجاح في إحداث التغيير المطلوب أو بتحديد فشله في إحداث هذا التغيير.
- وفي الأخير يمكن القول أن هذه المواصفات نجدها متوفرة في الكثير من العمليات الاتصالية الموجودة في حياتنا اليومية، ولذلك فهي عبارة عن عمليات إقناع.¹

¹: عبد الله بن محمد العوثن؛ مرجع سابق؛ ص 21

المطلب الرابع: نظريات الاتصال الإقناعي:

سنحاول فيما يلي عرض أهم النظريات المعتمدة في عملية الاتصال الإقناعي وهي كالاتي:

1. نظرية التعلم: هذه النظرية تهدف إلى توضيح مضمون "المنبه والاستجابة" حيث يعرف المنبه على أنه شيء يستطيع الفرد أن يدركه من خلال حواسه، أما الاستجابة فهي أي شيء يستطيع الإنسان عن طريقه الإحساس بشيء ما ¹.

وتتمحور نظرية التعلم الاجتماعي حول ثلاث مفاهيم أساسية :

1. العمليات الإبدالية: حيث يقول الباحث " ألبرت باندورا " "Albert Pan dora" أنها جميع الظواهر التعليمية الناجمة عن التجربة المباشرة، يمكنها أن تحدث على أساس تبادلي من خلال ملاحظة سلوك الآخرين ونتائجه على الشخص الملاحظ.

2. العمليات المعرفية: تتمثل أهمية هذه العمليات في الجانب الرمزي الذي يعطيه الفرد للأشياء التي يلاحظها، فالفرد عندما يلاحظ سلوكا خارجيا يقوم بناء معلومات في شكل رمزي يؤدي معنى معين، أو في شكل لغة تعبر عن فكرة.

3. عمليات التنظيم الذاتي: يقول الباحث " ألبرت باندورا " "Albert Pan dora" أن الأشخاص يستطيعون تنظيم سلوكهم إلى حد كبير عن طريق تصور النتائج التي قد يبنونها بأنفسهم، بمعنى أن سلوك الأفراد ليس خاضعا للأحداث المعروضة أمامهم واستجاباتهم الآلية وراءها، وإنما يتدخل الجانب المعرفي ليساعدهم على تنظيم سلوكهم ².

¹: عبد الله محمد عبد الرحمان؛ سوسيولوجيا الإعلام و الاتصال؛ القاهرة؛ دار المعرفة الجامعية؛ 2002؛ ص 108

²: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص ص 98 ؛ 99

2. نظرية التاءات الثلاثة: الاتصال الإقناعي حسب هذه النظرية يتم وفقا لثلاث مراحل حسب " ميشال لوني " Michel Lenid وهي: التوعية، التشريع والتتبع، كلها تبدأ بحرف إقناع ومن هنا جاء اسمها.

_المرحلة الأولى: هي " التوعية" وتتضمن آليات الإقناع اللساني و التوضيح وتعزيز كل ذلك بالبراهين المقنعة ويشترط في التوعية أن تكون فعالة الموضوعية وعدم التحيز أو الانطلاق من أفكار ذاتية أو مسبقة في التعامل مع الجمهور والتي يمكن أن تقف في مسار التوعية وتمنع المرسل من الوصول إلى أهدافه.

المرحلة الثانية: هي " التشريع" تظهر أهمية هذه المرحلة في الحملات الإعلامية العمومية؛ لكنها غير مؤثرة في الاتصال الإشهاري، فهي تنص على أن التشريع يلعب دورا إيجابيا في ممارسة نوع من الضغط على المتلقي من أجل مساندة المرسل فيما يدعو إليه.

المرحلة الثالثة: هي " التتبع" إذ لابد للمرسل أن يعرف أين وصل من أهدافه فحسب : "ميشال لوني" فإن نجاح عملية الإقناع و التأثير مرتبط بالمتابعة و المراقبة للعملية ككل لأن الإنسان بحاجة إلى التذكير و التأكيد باستمرار حتى في حياته اليومية البسيطة.

3. نظرية النموذج الوظيفي: هي إحدى النظريات الوظيفية الأكثر شيوعا والتي طورها "كاتز" Katz وحسب هذا الأخير فإننا نطور اتجاهات مواتية " ايجابية" نحو تلك المحيطة بنا والتي نرضينا، واتجاهات غير مواتية "سلبية" نحو مظاهر عالمنا¹.

¹:كاتلين كللي؛ الإقناع في الاتصال؛ ترجمة؛ فضيل دليو؛ قسنطينة؛ معهد علم الاجتماع؛1997؛ ص 05

هذا السلوك أطلق عليه اسم وظيفة "تكيف" أما الوظيفة الثانية للاتجاه فهي "وظيفة الدفاع الذاتي" واتجاهات الدفاع هي آليات دفاعية أي وسيلة دفاع ذاتية لأنها تضمن لنا تفوقنا على الآخرين.

أما الوظيفة الثالثة فهي "وظيفة القيمة التعبيرية" للاتجاه فإنها تسمح لنا بالتعبير عن كفاءتنا؛ حساسيتنا وإيجابياتنا.

أما الوظيفة الرابعة فهي "المعرفة" حيث يؤكد "كاتز" Katz " بأننا نقدر على التماسك على حساب عدم التماسك، ومن ثم فإننا بحاجة إلى أطر مرجعية.¹

4. نظرية التوازن المعرفي: يرى صاحب هذه النظرية "هيدر فريتز" Heider Fritz " أن مفهوم حالة التوازن هو وجود مواقف معينة، أي أن يخلق الفرد التوازن والانسجام بين مكونات شخصيته، أي التوازن بين المستوى الداخلي و السلوك العلني.

ويمكن القيام بعملية الإقناع والتأثير من خلال عملية الإخلال بالتوازن أو في حالة التوازن في حد ذاته، ففي حالة التوازن يمكن تمرير الرسائل الإقناعية التي تنسجم والاتجاهات السائدة، وفي حالة الإخلال بالتوازن فإن الحفاظ على التوازن هو سعي وحرص نفسي للأفراد ومادام الأمر كذلك فلا بد من الإخلال به لدفع الأفراد للبحث على توازن جديد يتوافق مع الواقع الجديد.²

5. نظرية التنافر المعرفي: أتى بهذه النظرية "ليون فستنجر" Lion Festendjer " تركز هذه النظرية على أن الفرد يحاول بذل مجهود من أجل الحفاظ على توازنه النفسي.³

¹: كاتلين كللي؛ مرجع سابق؛ ص 06

²: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 74

³: جيهان رشتي؛ الأسس العلمية لنظريات الإعلام؛ القاهرة؛ دار الفكر العربي؛ ط2؛ ص 246

فالتنافر هو حالة من الحالات الدافعية حيث تدفع الفرد إلى تغيير سلوكه وآرائه، حيث يرى "ليون" أن أسباب التنافر المعرفي تندرج ضمن الأسباب التالية:

1. وجود تعارض أو عدم اتفاق منطقي.

2. الأنماط الثقافية التي يقلبها الناس دون نقاش.

3. عمومية الرأي العام.

4. التجربة السابقة للفرد¹.

6. نظرية العلاقات الاجتماعية: تنطلق هذه النظرية من افتراض أهمية العلاقات الاجتماعية بين الأفراد داخل جماعة واحدة أو حتى بين عدة جماعات أولية في تعامل الفرد مع الرسائل الاشهارية، فهذه الرسائل تمر عبر العلاقات الاجتماعية لتصل بصورة واضحة إلى إدراك الفرد.

تظهر أهمية هذه النظرية في الاتصال السياسي وكذلك في الاتصال التجاري فالفرد قبل أن يختار منتجاً معيناً، يقوم باستشارة أفراد جماعته التي ينتمي لها، وخصوصاً مع السلع البرتقالية و الخضراء، فالفرد من غير المعقول أن يتخذ قراراته النهائية التي تكلفه غالباً و تدفعه إلى الندم².

¹: جيهان رشتي، مرجع سابق؛ ص 246

²: عامر مصباح؛ مرجع سابق؛ ص 76

خاتمة الفصل:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل يتضح أن الخطاب السياسي فن لا يجيده إلا من يمتلك أدواته، وإن اجتمعت مع مناسبة الظروف الزماني والمكاني أثرت تأثيرا بالغا ووصلت الفكرة بسرعة البرق.

لذلك ينبغي على الخطيب أن يخاطب الناس على أنهم فئة واحدة ولديهم نفس القناعات التي لديه حتى يحقق هدفه الكبير و الأساسي وهو الإقناع. ومن هنا وجب الحرص على العناية بكل ما يتعلق بالخطاب من تضمينات وحجج شكلا ومضمونا إضافة إلى حرص الخطيب على ضرورة التحلي بمختلف الميزات التي تسهل له وصول أفكاره إلى المستقبل وبهذا لا يزال الإقناع و التأثير في الأفراد و المجتمعات هدف كبير له أهميته في تغيير وجهات النظر و التوجهات لكن هذا ليس بالأمر السهل حيث يتطلب إجادة فنون الإقناع أيا كانت الأهداف التي يسعى إليها الخطيب وأي كانت الأساليب التي ينتهجها وهذا ما يمثل الطريق نحو إقناع الآخرين.

الحملة الانتخابية و عملية الاتصال
السياسي في الجزائر.

تمهيد.

المبحث الأول: الاتصال السياسي في الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال السياسي.

المطلب الثاني: مستويات الاتصال السياسي في الجزائر.

المطلب الثالث: واقع الاتصال السياسي في الجزائر بعد التعددية.

المطلب الرابع: استراتيجيات تطوير الاتصال السياسي في الجزائر.

المبحث الثاني: الحملة الانتخابية في الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية.

المطلب الثاني: الحملة الانتخابية و الممارسة الديمقراطية.

المطلب الثالث: أدوات الحملة الانتخابية.

المطلب الرابع: الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في الجزائر.

خاتمة الفصل.

تمهيد:

يعتبر الاتصال السياسي مجال بحث يقع في مفترق طرق عدة تخصصات التي من ضمنها: علوم الإعلام والاتصال، حيث تطور استعماله كمصطلح إلى أن أفرغ كموضوع هام جدا في المجالات السياسية، ليجمع بين ثلاثة أطراف و متغيرات في الحقل السياسي والإعلامي: رجال السياسة، وسائل الإعلان و الجمهور.

فهو يعد حقا دراسيا له أهميته و ميادينه و موضوعاته، حيث يتناول المواد الرابطة لأطراف العملية الاتصالية السياسية من خلال اللغة و الرموز، حيث تعتبر الحملة الانتخابية كعملية للاتصال السياسي فهي تتم من خلاله و يتناولها باعتبارها فعلا سياسيا يكتسي أهمية كبيرة في المجتمعات الحديثة و المعاصرة.

المبحث الأول:الاتصال السياسي في الجزائر.

يعد الاتصال السياسي عملية فعالة فهو يسمح بتبادل المعلومات بين المرشحين والناخبين.

بههدف الإقناع و التأثير في التوجهات و الآراء، ونظرا لأهميته في الانتخابات ارتأينا تناوله في هذا الفصل وتبيان واقعه في الجزائر من خلال النقاط التالية:

المطلب الأول: مفهوم الاتصال السياسي:

إن المتتبع لمراحل نشأة الاتصال السياسي و المستقرى لوضعه الراهن يلاحظ أنه لم يتم إلى حد الآن و بشكل محدود ودقيق تحديد المضمون المتعلق بهذا العلم ، حيث يعتبر أحد أنماط الاتصال الذي يؤدي وظيفة سياسية للقائمين عليه : بمعنى أن أهدافه و دوافعه في جوهرها تقتصر على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل وسلوكيات الآخرين ،ومن بين التعريفات التي أعطيت لمفهومه نذكر مايلي :

تعريف " جون ميدو " « John Meadow » عرف الاتصال السياسي في عام 1980 بأنه " الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال و كميته ، كما أنه أيضا يتعلق بالطريقة التي يمكن أن تقوم ظروف الاتصال بتشكيل السياسة و بعبارة أخرى يتعلق الاتصال السياسي بتبادل الرموز التي تكون قد شكلتها أو أنتجتها النظم السياسية¹.

¹: فضيل دليو،الاتصال السياسي في الجزائر؛الجزائر؛مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة؛2010؛ص 123.

وضح هذا التعريف أن الاتصال السياسي عنصر مهم في أداء السلطة و القائمين عليها والذين يسعون إلى السيطرة على وسائل الاتصال و الإعلام من أجل ضمان بقائهم.

ويعرفه " تشافي " « chaffee » عام 1975 بأنه: أثر الاتصال ووظيفته في العملية السياسية .

عرفه "بليك و هاردسن" « Bleak Haddsen » على أنه: "الاتصال المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحالة السياسية أو الوجود السياسي بصفة عامة"¹

وقد عرفه "دينتون ووداود" « Denton_Wood » عام 1990 باعتباره : علاقة تبادل الآراء والحجج أو ما يطلقان عليه المناقشة العامة حول توزيع الموارد العامة و السلطة الرسمية أو العقوبات التي تقرها الدولة في شكل أو في آخر.

ومن التعريفات الأكثر شمولية للاتصال السياسي تعريف قدمه "درويس جربير" « Derwise Djerber » على أن الاتصال السياسي هو ما تتم عملياته من خلال ما يسميه "باللغة السياسية" التي تتضمن رموزا وإشارات متنوعة كتغيرات الوجه أو الإيماءات أو ربما المقاطعة أو التجاهل وصولا إلى العنف بدرجاته المختلفة و غيرها من التفاعلات ذات الطبيعة الرمزية التي تتجاوز الأعمال المكتوبة أو الشفهية.²

¹: فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛مرجع سابق؛صص 124 125

²:زكريا بن صغير؛الحملات الانتخابية مفهومها أساليبها ووسائلها؛ الجزائر؛ دار الخلدونية للنشر و التوزيع؛2004؛صص 141

ومن مجمل هذه التعريفات يمكن القول أن الاتصال السياسي عملية يتم بموجبها تبادل المعلومات بين المرشحين و الناخبين حيث يكون الهدف منها هو التأثير على آراء الجمهور من أجل إقناعهم بالتصويت لصالح مرشح معين.

الاتصال السياسي جد مهم ولا بد منه، وينبغي الاعتناء به وتطويره قصد خلق بيئة سياسية فاعلة و مؤثرة وواعية تساعد على المشاركة السياسية الفعالة تسمح للسلطة بالاستجابة لتطلعات شعوبها و خدمة أهدافها وفي النهاية بناء دولة قوية غير قابلة للتفتيت ولا للتفرقة.

المطلب الثاني: مستويات الاتصال السياسي في الجزائر:

يتناول الاتصال السياسي المواد الرابطة لأطراف العملية السياسية فهو يربط الجماهير والجماعات السياسية ووسائل الاتصال ببعضها من خلال الرموز ويستند في ذلك إلى أشكال ومستويات مختلفة في الاتصال لعل أهمها ثلاثة مستويات:

المستوى الأول: يتمثل في أشكال الاتصال التي يقوم بها رجال السياسة و الفاعلون السياسيون في إطار الأجهزة التي ينتمون إليها كالأحزاب و الجمعيات والبرلمانات.

المستوى الثاني: يشمل الاتصال من خلال وسائل الإعلام المختلفة كالصحافة المكتوبة والقائمين عليها و عن طريق وسائل الاتصال السمعية و البصرية و الالكترونية¹.

وسنركز في عملية الاتصال السياسي في الجزائر على المستويات التالية:

1 اتصال عن طريق الجماعات السياسية: وهو الاتصال الذي تقوم به الجماعات السياسية في الجزائر بواسطة وسائل مؤسساتية كالبرلمان والأحزاب و التنظيمات يهدف إلى التعرف على الاتجاهات السائدة لدى الجماهير حول موضوعات معينة تخص ميادين الحياة داخل البلد وخارجه².

¹: محمد حمدان المصالح؛ الاتصال السياسي مقترح نظري تطبيقي؛ عمان الأردن؛ دار وائل للنشر؛ ط2؛ 2002؛ ص 57

²: فضيل دليو؛ الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص 128

ويشكل الفاعلون السياسيون أهم عناصر عملية الاتصال السياسي و يعرفهم البعض على أنهم أولئك الأفراد يطمحون من خلال وسائل مؤسسية أو تنظيمية إلى التأثير على عملية صنع القرارات ومن أمثلة هذه الجماعات: الشخصيات و القيادات وأفراد التنظيمات جماعات المصالح و المؤسسات العامة، أصحاب المناصب السياسية ممن يمارسون التأثير و النفوذ والسلطة نظرا لما يمثلونه من أهمية مركزية في الحياة السياسية.

1.الاتصال السياسي عن طريق وسائل الإعلام:

1.2 الاتصال السياسي عن طريق الصحافة المكتوبة:

يتمثل مظهر هذا الاتصال من خلال مضامين الصحف المكتوبة اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية فالصحافة المكتوبة يبرز دورها يوما بعد يوم في الجزائر، حيث يمكن أن نلمس قوة تأثيرها في أجهزة الحكم وصانعي القرار السياسي، كونها الوسيط بين الحكام و المحكومين¹. فالصحافة المكتوبة في ممارستها للديمقراطية تصنع الرأي العام للجماهير من خلال مستويات ثلاثة:

_ الدور الإعلامي، الدور التعليمي، الدور التكويني أو التثقيفي، فضلا عن دور مزدوج: رقابي وإقناعي وفق مايلي:

_ توفير المعلومات للمواطن ليكون على علم بالأحداث و التطورات الحاصلة.

_ تعليم المواطن كيف يمنح للأحداث مغزى أو معنى محدد².

¹: فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ص 129

²: عبد الغفار رشاد القسبي؛الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي؛ص 45

الدور الإقناعي أو التوضيحي للصحافة : فهي تعد منبرا لعرض الآراء و وجهات النظر السياسية المختلفة والتي تحاول أن تبلورها وتطالب بها لبعض القوى السياسية في مقدمتها الأحزاب، حيث تحاول إقناع الجماهير بسياستها وبدائلها كما في وقت الانتخابات، حيث يفترض هذا الإقناع توافر المعلومات الكاملة و الفورية للجميع و بشكل موضوعي ودقيق.¹

2_2 الاتصال السياسي عن طريق الوسائل السمعية البصرية و الالكترونية:

هذا المستوى من الاتصال السياسي قد بدأ في الستينات من القرن الماضي أثناء الحروب والاضطرابات السياسية، حيث ازداد حرص الدول على اختلاف نظم الحكم فيها على إقامة محطات تلفزة وطنية من أهم وظائفها القيام بالتوجيه السياسي، وتعد هذه الوسيلة من أقوى الوسائل الاتصالية و الإعلامية، حيث تلعب دورا فاعلا في صناعة القرار السياسي. كما أن اليوم نجد أن الجمهور يتعامل مع مصادر متنوعة للأخبار السياسية من صحف ومجلات و إذاعات وقنوات فضائية ووسائل إلكترونية.

وقد ظهرت هذه الأخيرة مع تطور البنية التحتية للاتصالات الرقمية.²

¹: عبد الغفار رشاد القصبي؛مرجع سابق؛ص45

²:فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛مرجع سابق؛ ص74

المطلب الثالث: واقع الاتصال السياسي في الجزائر بعد التعددية:

عرفت التجربة الجزائرية السياسية العديد من التطورات والتحويلات التي مست العديد من المجالات، ومن الأحداث المهمة و التاريخية طوال فترة الستينات، السبعينات والثمانينات فإن الحدث البارز هو التعددية السياسية و الإعلامية التي عرفت الجزائر منذ بداية التسعينات والذي أفرز العديد من التيارات السياسية ومعها وسائل إعلام حزبية و خاصة .

وكانت الوضعية في هذه المرحلة جد متناقضة حيث ظهرت العديد من العناوين المتعددة للصحف، وسنتطرق إلى الاتصال السياسي في هذه المرحلة وأبعاده في أربعة جوانب والتي يمكن أن نعتبرها أهم فضاءات الاتصال السياسي وهي: التلفزيون، الإذاعة، الصحافة المكتوبة، والأحزاب السياسية، وأخيرا في المجتمع.

1. التلفزيون و الإذاعة: يطلق على التلفزيون الإعلام الثقيل ويطلق على الإذاعة الإعلام النصف الثقيل، ونظرا لثقلهما احتكرت الدولة قطاع السمع البصري ولم تفتحه أمام الخواص، حيث يظل موضوع هذا القطاع مفتوحا لحد الساعة.

فالالاتصال السياسي على مستوى الإذاعة و التلفزيون غير عادل إلى حد كبير فضلا عن كونه جد متأخر عما وصلت إليه الدول المتقدمة، وحتى بعض الدول في العالم الثالث، نظرا لعدم مواكبة قانون الإعلام الجزائري للمتغيرات الوطنية و الدولية.¹

¹: فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛مرجع سابق؛صص 151 153

فالعالم اليوم و خصوصا عالم الاتصالات يتغير في ظل لحظة، فيما لم يتغير قانون الإعلام الجزائري منذ قرابة العشرين سنة فرغم النشاط الكبير لوسائل السمعية البصرية بهذه الدولة والتي تساهم بشكل كبير في إشراك الأفراد في المسار السياسي لبلدهم إلا أن تحقيق مشاركة واسعة في اتخاذ القرار عبر تقوية نشاط وسائل الإعلام يبقى محل نقاش لكن تحريرها يبقى ذا ثمار مستحبة لها انعكاسات إيجابية على الأفراد و الدول.¹

2_ الصحافة المكتوبة: تحضى الصحافة المكتوبة بهامش معتبر من الحرية التي لم تتمكن من ممارستها طوال فترة التسعينات أو ما يصطلح عليه ب"العشرية السوداء" نتيجة الظروف الأمنية المعقدة التي عاشها الصحفيون، لكن الرقابة الذاتية التي التصقت بالصحفي جعلته يؤدي عمله في معظم الأحيان بعيدا عن الموضوعية و الملاحظ أن الصحف الجزائرية بمثابة "كليشيات متشابهة" يغيب فيها إلى حد كبير التطوير و التجديد و الطرح المتنوع الأطراف.

ومما سبق يمكن القول: أن الاتصال السياسي على مستوى الصحافة المكتوبة لا يرقى إلى المستوى المطلوب، كونه يكتفي بنقل المعلومة و تنقية ما ينبغي أن ينشر وذلك وفق معايير غير مهنية في الكثير من الأحيان علاوة على عدم تأدية أحد أهم الأدوار المنوطة به في الدول المتقدمة وهو نقد ومراقبة السلطة إضافة إلى عدم انفتاحها على مختلف الفعاليات السياسية.²

¹: عبد الغفار رشاد القصبي؛الاتصال السياسي و التحول الديمقراطي؛مرجع سابق؛ص 50

²: فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص 155

3_ الأحزاب السياسية: إن الاتصال السياسي هو العمود الفقري بالنسبة للأحزاب السياسية

نظريا، لكن الواقع أن الاتصال السياسي على مستوى أغلبية الأحزاب الجزائرية هو الغائب الأكبر، فالعمل السياسي في الجزائر عموما يتسم بالموسمية: أي يتزامن مع مواعيد انتخابية التي يجتهد فيها السياسيون لكسب أكبر الأصوات.

فالاتصال السياسي داخل الأحزاب يتميز بغياب لقاءات دورية تستحق الذكر، حيث تقتصر

اللقاءات على التحضيرات لمواعيد حزبية معينة كالجمعيات العامة و إعداد التقارير، لكن

المقصود هو غياب اتصال يسمح للمناضلين و بقية المنخرطين في هذه الأحزاب بالاطلاع

على المستجدات وطرح الانشغالات، أما الاتصال السياسي خارج الأحزاب أي مع المواطنين

وباقى أطراف السياسية الأخرى فهو جد ضعيف نتيجة غياب عمل جوارى متواصل مع

المواطن فضلا عن غياب نشاطات للاقتراب والاتصال بالمواطن، إلا عند اقتراب الحملات

الانتخابية فمن الواضح أن الاتصال السياسي على مستوى الأحزاب السياسية جد متدني ولعل

أحد أهم الأسباب في هذا الإطار هو غياب وعي حقيقي لدى الأحزاب السياسية.¹

¹: فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص ص 156 157

4_ في المجتمع: عموما يمكن القول أن الاتصال السياسي في المجتمع الجزائري موجود لكن ليس بشكل علمي أو على الأقل بشكل واضح المعالم حيث نجد الكل يتكلم عن السياسة والاتصال السياسي يستهوي الكثير من الجزائريين لكنه لا يرقى إلى مناقشات عميقة يمكن أن تؤدي إلى مشاركة سياسية فعلية، كما أن هناك العديد من المتغيرات التي تمتزج لتخلق الواقع الجزائري إذ يلعب المستوى التعليمي و الثقافي دورا أيضا في محدودية الاتصال السياسي وآفاقه الضيقة في الجزائر وهو ما أفرز غياب و تغييب العنصر و الحلقة الأساسية في السياسة وهو الجمهور أو المواطن الجزائري لدرجة جعلت الأغلبية من المواطنين لا يعرفون الأحزاب السياسية الموجودة ولا اتجاهاتها.

وكخلاصة: ظهر ما يعرف بالعزوف عن المشاركة السياسية و الخوف من مقاطعة الانتخابات فالكثير من الجزائريين وصلوا إلى مرحلة التشبع و التخلي عما يمكن اعتباره واجبات سياسية تجاه وطنهم وهو ما ولدته السياسات المتبعة من طرف الأحزاب والمنتخبين على وجه الخصوص الذين يتضافرون من أجل خدمة مصالح شخصية و تحقيق مآرب أنانية.¹

¹: فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛مرجع سابق؛ ص 158

المطلب الرابع: استراتيجيات تطوير الاتصال السياسي في الجزائر:

إن الاتصال السياسي يتطلب مجموعة من الاستراتيجيات لتطويره من أجل بناء دولة قوية وعادلة تعكس الإرادة الشعبية وتخدم المصلحة العامة، ويمكن تحديد مجموعة من الاستراتيجيات العامة لتطوير الاتصال السياسي والتي يتم إيجازها في النقاط التالية:

_ إعادة النظر في الخارطة السياسية للجزائر و المقصود بها التركيبة الحزبية في الجزائر على وجه التحديد، إضافة إلى العمل على خلق منافسة بين الأحزاب عوضا عن العمل على انصهارها في حزب واحد.

_ العمل على إعداد الفرد الجزائري لمرحلة جديدة و المقصود هو خلق ثقافة اتصالية وسياسية لدى الفرد الجزائري و العمل على توعيته ليجيد التعامل مع المعطيات والمعلومات التي يحصل عليها.

_ وضع قانون جديد للإعلام وذلك أن قانون الإعلام الجزائري بات لا يتماشى مع التغيرات العالمية التي حصلت لذلك وجب النظر في العديد من مواده.

_ تطوير مجال الاتصالات وتطوير الوعي في استخدام وسائل الاتصال، ذلك لأن الاتصال السياسي يهتم بشكل كبير بالوسائل المعاصرة في الاتصال كالإنترنت.¹

¹:فضيل دليو؛ الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص ص 130 132

_تكوين نخبة سياسية مؤثرة وخلق أجواء ديمقراطية مبنية على الحرية ذلك لأن الحرية والديمقراطية موضوعان مهمان، فالحرية أساسية للعيش وكل شيء مرتبط بها.

_ الانفتاح على الجامعة و تشجيع البحث في مجال الاتصال السياسي لأنها تعتبر محركاً قوياً سواء من حيث الأفكار أو من حيث دراسات وتطوير الاتصال السياسي بشكل يخدم المواطن.¹

وفي الأخير نرى أن: تطبيق هذه الاستراتيجيات ضروري في الجزائر خاصة كون الواقع الجزائري يتسم بنوع من التعقيد الذي يصعب عملية تحديد مرتكزات واضحة لتطوير الاتصال السياسي، لذلك وجب تطويره وفق هذه الاستراتيجيات التي تعتبر الفرد عضو فعال و أساسي في خدمة الأهداف العامة.

¹: ثروت مكي؛ الإعلام والسياسة؛ القاهرة؛ عالم الكتب؛ ط1؛ 2005؛ ص7

المبحث الثاني: الحملة الانتخابية في الجزائر:

حاولنا من خلال هذا المبحث إعطاء نظرة شاملة للحملات الانتخابية حيث اتبعنا جملة من العناصر التي تحيط بالحملة الانتخابية؛ مفهومها ووسائلها وذلك من خلال مايلي:

المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية:

تعتبر الحملة الانتخابية فرصة ثمينة للمرشحين من أجل التأثير على جمهور الناخبين لذا نجدهم يخصصون لها إمكانيات مادية ضخمة مقارنة مع مدتها القصيرة، أما فيما يخص التعريفات التي أعطيت لهذا المفهوم فقد اختلف الكثير في وضع تعريف شامل ومحدد لها ومن أبرز التعريفات نذكر مايلي:

عرفها "دنيس ماكسويل" «Dines Maxwell»: " بأنها جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير و القيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل: التصويت".¹

أما "بيسلي" "Paisly" فقد عرف الحملة الانتخابية على أنها: "نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور و أن مفهوم إعادة التشكيل يعد أهم السمات التي تميزها"²

¹: زكرياء بن صغير؛ مرجع سابق؛ ص 11

²: فضيل دليو؛ الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص 125

في حين يعرفها البعض على أنها: "مجموعة الأعمال التي يقوم بها الحزب أو المرشح بغرض إعطاء صورة حسنة للجماهير و الناخبين عن سياسته و أهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل و الإمكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال الجماهيري وذلك قصد تحقيق الفوز في الانتخابات".¹

كما تعرف الحملات الانتخابية على أنها: "مجموعة من الأعمال التي يقوم بها الحزب أو المرشح، يختلف تنظيمها من دولة إلى أخرى ومن حزب لآخر، ويعتبر الاتصال والاحتكاك المباشر مع الهيئة الناخبة من أنجع وسائل الحملة الانتخابية وكلما تمكن المرشح من إقناع الناس بأنه قريب منهم ويشعر بآمالهم كلما ازداد احتمال انتخابه".²

ويعرفها البعض على أنها: "نشاط تسويقي أساسي يتطلب تطبيق المبادئ و الأسس الحديثة لمفهوم التسويق الحديث، حيث يتم تحديد المحاور الأساسية أو المواضيع التي سيتم من خلالها جذب أو الحصول على تأييد الناخبين و بالتالي الفوز في الانتخابات".³

¹: فضيل دليو؛ الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص 126

²: عبد الله سعد وآخرون؛ النظم الانتخابية؛ لبنان؛ منشورات الحلبي الحقوقية؛ ط1؛ 2005؛ ص155

³: لحسن رزاق؛ مرجع سابق؛ ص 79

ومن مجمل هذه التعاريف قدم "زكرياء بن صغير" تعريفا شاملا للحملة الانتخابية راعى في جميع جوانبها القصور الموجودة في التعريفات السابقة و مفاده أنها: "عبارة عن أنسقة اتصالية سياسية مخططة و منظمة خاضعة للمتابعة و التقويم يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة وتمتد في مدة زمنية محددة تسبق موعد الانتخابات بهدف تحقيق الفوز بالانتخاب عن طريق الحصول على أكبر عدد من الأصوات، باستخدام وسائل اتصال مختلفة ومؤثرة تستهدف جمهور الناخبين".¹

¹: زكرياء بن صغير؛ مرجع سابق؛ ص 15

المطلب الثاني: أدوات الحملة الانتخابية:

تشهد فترة الحملة الانتخابية نشاطا اتصاليا مكثفا وغير مسبوق، حيث يستخدم فيها المرشحين طرق و قنوات متعددة للاتصال بالجمهور التي تمثل الطرف المستهدف من الحملة الانتخابية.

وسنحاول التطرق فيما يلي إلى وسائل الاتصال في الحملة الانتخابية كالتالي:

1. اللغة السياسية: باعتبار اللغة وسيلة لفظية لنقل الأفكار، فهي تعتبر لدى الكثير من الباحثين أساس الفعل السياسي، بل أن هناك من عرف السياسة على أنها: "تأثير اللغة وتأثير القوة والسلطة" وبذلك فهي عامل أساسي لا يستغنى عنه في فهم مجريات الحياة السياسية، وقد ثبت الاهتمام بها في الحملات الانتخابية، لذلك يجدر بالسياسيين أن يجيدوا فن التواصل ومخاطبة الناس، حيث أن كل رسالة سياسية من طرف متكلم سياسي هي في الأصل بنيات لغوية تتوسل بأساليب بلاغية و إقناعية متنوعة وقد تمرر عبر وسيط إعلامي لذلك غالبا ما تكون خطابات المرشحين أثناء الحملات الانتخابية يتم الإعداد لها وتراجع من قبل مستشارين.

ومن جملة السمات التي يستحسن أن تتحلّى بها اللغة السياسية مايلي:

1. الأسلوب الواضح و التراكيب البسيطة و الابتعاد قدر الإمكان عن كل ما هو معقد وغامض.

2. مخاطبة عقل الجمهور وذاته اللغوية و التعبيرية.

3. القدرة على الارتجال و الاستشهاد و ضرب المثل¹.

¹:لحسن رزاق؛ مرجع سابق؛ ص 83

2. الإعلان السياسي: يعتبر أكثر أنواع الاتصال السياسي تأثيراً على الشعوب والمجتمعات خاصة مع التطور التقني الحاصل، حيث يعرف على أنه: "كل إعلان مدفوع الثمن وذو صبغة سياسية أو هو العملية الاتصالية التي يدفع فيها المصدر ثمناً مقابل ما يتاح له من فرصة في وسيلة إعلامية يعرض فيها على الجمهور رسائل سياسية ذات هدف محدد ومقصود من أجل التأثير على مواقفهم و سلوكهم".

كما يعرف على أنه: "نوع من الاتصال الغير شخصي مدفوع القيمة ومحدد المصدر يستهدف توصيل المعلومات و الأفكار الخاصة بالمرشح أو الحزب المعني باستخدام مختلف الوسائل الاتصالية ومن بين أنواعه:

1. إعلان الصورة الذهنية: أو كما يسمى ب: "إعلان الشخصية" يركز مضمونه على الجانب العاطفي للناخب تجاه شخصية المرشح مع التأكيد على الصفات الخاصة به كالحنكة الإدارية و الخبرة في العمل السياسي و غيرها.

2. إعلان القضية: يهتم بتزويد الجماهير بمعلومات كافية عن القضايا ذات الصلة المباشرة بحياتهم.

3. الإعلان السلبي: يهتم بإبراز جوانب الضعف في شخصية الخصم ونقد رؤيته وأفكاره وهو سبيل استراتيجي ناجح للتأثير على الناخبين بتغيير الصورة النمطية عن المرشحين السياسيين¹.

3_ الملصق السياسي: يعتبر من أنواع الإعلانات في الحملات الانتخابية و المجال السياسي عموماً، وهو إعلان سياسي فهو مصمم بهدف استقطاب أكبر عدد من الناس و جعلهم يلتقون حول موقف معين أو برنامج ما، من خلال الإلصاق على الجدران، وهو من أهم الوسائل المستعملة في الفترات الانتخابية خاصة في بلدان العالم الثالث.

يصمم الملصق السياسي لجلب انتباه المارة على اختلاف مستوياتهم الثقافية وتحفيز نزعة الفضول لديهم للتوقف ومحاولة الفهم والتفسير، حيث يعتمد بالدرجة الأولى على الصورة ويتكون وفق القواعد الجمالية والإيديولوجية للمجتمع، ولكي يكون ناجحاً لا بد أن يوظف علامات واضحة ومفهومة تنسجم مع قيم المجتمع مع الابتعاد عن التجريد و الغموض والتعقيد والتداخل¹.

المطلب الثالث: الحملة الانتخابية و الممارسة الديمقراطية.

تكتسي الحملات الانتخابية في المجتمعات الحديثة و المعاصرة أهمية كبيرة باعتبارها مؤشرا حقيقيا عن الممارسة الديمقراطية الفعلية، حيث تعتبر فترة الانتخابات بالنسبة لأي دولة وفي أي نظام ديمقراطي فرصة حقيقية لتقييم ديمقراطية السلطة، ومعها ديمقراطية وسائل الإعلام.

فقد تكون السلطة التنفيذية من خلال جهازها الحكومي ديمقراطية في تصورها وممارستها للديمقراطية غير أن وسائل الإعلام قد لا تكون منصفة في تغطيتها وعرضها لأفكار المرشحين كما قد يكون العكس: أي أنها تميل إلى الحياد و الشفافية والعدالة.

في حين قد تعتمد الأجهزة التنفيذية التحيز و تفضيل مرشح عن غيره¹.

فالحراك الانتخابي وما يصاحبه من جدل ونقاش أثناء وبعد الانتخابات هو جدل فني وتقني عن كيفية تطبيق وترجمة الشعارات و المفاهيم الديمقراطية التي تطرح على مختلف المستويات الشعبية والرسمية، وهذا ما يبرز العلاقة الإرتباطية بين الحملة الانتخابية والممارسة الديمقراطية.

إذ يتجلى وبوضوح خلال الحملة الانتخابية وإلى غاية تأدية الواجب الانتخابي مدى تطبيق مجموعة القوانين والإجراءات التي تحكم العملية كثقافة ديمقراطية، وفي هذا السياق يبرز دور الإعلام باعتباره أحد مفاصل العملية الديمقراطية أثناء الحملة الانتخابية وجراء الانتخابات².

¹: فضيل دليو؛ الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ ص82

²: إسماعيل قارة وآخرون؛ مستقبل الديمقراطية في الجزائر؛ بيروت؛ ط1؛ 2002؛ ص 61.

فالحملات الانتخابية هي من صميم الفعل الديمقراطي ولكي تكون فعالة ينبغي أن تكون قواعد اللعبة التي تقوم عليها في متناول الجميع وبخاصة المرشحين وممثليهم ولذلك يتم وضع لجان خاصة لمراقبة الانتخابات، وقد تكون لجان وطنية، إقليمية، ودولية وكل هذه الآليات والإجراءات هي من صميم الممارسة الديمقراطية.¹

وإذا ما درسنا التجربة الجزائرية فيما يتعلق بمجريات الحملة نلاحظ ظاهريا وجود لجان وطنية تتابعها من بدايتها الأولى و مباشرة بعد مصادقة المجلس الدستوري على قائمة المرشحين، إضافة إلى المراقبين الدوليين و الإقليميين منها: جامعة الدول العربية، الإتحاد الإفريقي والأمم المتحدة، إلا أن عملها يقتصر على المدن الكبرى و هذا ما يقلل من مصداقية سير العملية الانتخابية.

كما أن الكثير من ممثلي المرشحين لم يتواجدوا عبر كامل المراكز الانتخابية ولم يتابعوا سير الانتخابات من بدايتها عند فتح مراكز الانتخاب إلى غاية نهاية عملية الفرز والإعلان عن النتائج.²

¹: عبد الغفار رشاد القصبى؛مرجع سابق؛ ص 55

²:فضيل دليو؛الاتصال السياسي في الجزائر؛ مرجع سابق؛ص 84

المطلب الرابع: الحملة الانتخابية لرئاسيات أبريل 2014 في الجزائر:

انطلقت الحملة الانتخابية لرئاسيات " أبريل 2014" يوم الأحد 23 مارس 2014 وانتهت يوم 13 أبريل 2014 وفقا لأحكام القانون العضوي المتعلق بالنظام الانتخابي، حسب ما أفاد به مدير الحريات و الشؤون القانونية بوزارة الداخلية و الجماعات المحلية "محمد طالبي"، وقد كانت خاصة في كل تفاصيلها على مدار ثلاثة أسابيع قدم من خلالها المرشحين الستة برامجهم للظفر بأصوات المواطنين وقد اختلفت مضامين هذه البرامج من مترشح لآخر، حيث تمحورت برامجهم أساسا حول المشاريع التنموية و الإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتكريس حرية التعبير والرأي و الديمقراطية، إضافة إلى تحفيز الدبلوماسية الجزائرية و العلاقات الخارجية، حيث كان برنامج كل مرشح كالتالي:

1. المرشح " عبد العزيز بلعيد": ركز برنامجه الانتخابي على ضرورة إجراء إصلاحات جذرية في المنظومة السياسية والاقتصادية و الاجتماعية ويتعلق الأمر بفتح نقاش حول مشروع تعديل الدستور وإشراك كل فئات المجتمع فيه، وعرضه على ندوة وطنية، إضافة إلى اقتراح إعادة النظر في مهام المجلس الدستوري لاسيما فيما يخص تركيبته وعلاقته بالمؤسسات الدستورية الأخرى.

2. المرشح " علي بن فليس" جاء برنامجه تحت اسم " التجديد الوطني" بشعار "نعم من أجل مجتمع الحريات" خصص جزء هام من برنامجه إلى قطاع العدالة، حيث يتضمن جملة من الإجراءات لتعزيز حماية القاضي و القانون ويقترح البرنامج مراجعة التقسيم و الخريطة القضائية وإنشاء محاكم جوارية وخاصة ، أما في الشق السياسي فيقدم برنامج المرشح إعادة العمل بالتدبير الدستوري القاضي بتحديد العهدة الرئاسية وتعديل صلاحيات مجلس الأمة¹.

¹:الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية www.aps.com التوقيت يوم 21 /03 /2014، الساعة 16:30

3. المرشح: " عبد العزيز بوتفليقة" يؤسس لعقد جديد من التنمية و التقدم، كما يقدم في برنامجه جملة من المقترحات المؤسسة ل "عقد جديد من التنمية والتقدم" تحت شعار "معا من أجل جزائر الغد" لضمان مستقبل أفضل للجميع، وقد سطر الرئيس في برنامجه خمسة أهداف رئيسية تتمثل في: " تعزيز الاستقرار " ترسيخ الديمقراطية" تثمين الرصيد البشري " بناء اقتصاد ناشئ في إطار مقارنة تنموية مستدامة" " تعزيز روابط التضامن الوطني " ترقية الهوية الوطنية بمكوناتها" ورفض الاستغلال، كما يتعهد الرئيس من خلال برنامجه بتعزيز استقلالية العدالة ومحاربة اللاهواة فيها ضد الفساد وتبييض الأموال.

4. برنامج المرشحة " لويزة حنون" يركز برنامجه على تشييد " الجمهورية الثانية" وتمحورت حملتها الانتخابية على ضرورة إحداث القطيعة مع نصف قرن من نظام الحزب الواحد والمضي قدما نحو ديمقراطية تركز على الحقوق و الحريات الفردية والجماعية إلى جانب استقلالية القضاء وقد تضمن برنامج المرشحة في شقه السياسي إعادة النظر في الدستور إلى جانب تعزيز المكتسبات الاجتماعية و الاقتصادية، إضافة إلى المساواة بين جميع المواطنين الذين لديهم نفس الحقوق و الواجبات.

5. المرشح " موسى تواتي": يدعو من خلال برنامجه إلى وضع ميثاق للعمل الوطني، يكون مرجعية لرسم سياسة مؤسساتية أو تنموية تحت شعار " الجزائر لكل الجزائريين" مع احترام الدستور وقوانين الجمهورية وهو الطريق الملائم لبناء مجتمع تعددي يوفر ممارسة حق الاختلاف و حرية التعبير، اقتصاديا ركز البرنامج على بناء اقتصاد اجتماعي يساهم في تقليص الهوة المعيشية بين الجزائريين، وضمان الحد الأدنى للعيش بكرامة.¹

6. المرشح "علي فوزي ربايعين": يهدف برنامج المرشح "علي فوزي ربايعين" إلى إجراء إصلاحات تركز بالأساس على الجانب الاقتصادي بغية تحقيق التنمية و تعزيز مكانة الجزائر جهويا وإفريقيا، كما يقترح البرنامج وضع إستراتيجية اقتصادية من خلال إنشاء مرصد وطني وكذا إعادة تأهيل بنك الجزائر من حيث مهامه الأصلية ومنحه الاستقلالية في تولي صلاحياته، كما ركز المرشح في برنامجه على فتح حقل الحريات السياسية و النقابية الجموعية و إصلاح منظومة الضمان الاجتماعي.¹

وبعد ثلاثة أسابيع كاملة من النشاط السياسي الذي ركز فيه المرشحين على المشاركة بقوة في الانتخاب انتهت الحملة الانتخابية يوم 13 أبريل بتفاصيل خارجة عن تقاليد الخطاب الانتخابي المعهود في مثل هذه المناسبات، ليس في عمق البرامج و الرؤية السياسية، وإنما في السلوكيات، حيث كان رهانها الأكبر ألا تبقى رئاسيات 17 أبريل معركة إقناع انتخابي بين مرشحين من جهة ومناضلين مهيكليين أو شبه مهيكليين من جهة أخرى.²

¹: www el- massa com زهير شنوف، التوقيت يوم 17/04/2014 الساعة 13:30.

²: http:// ellctions.echoroukonline.com/articles 197276htm1:2 الساعة 09:15.

خاتمة الفصل:

من خلال هذا الفصل استطعنا التعرف على الاتصال السياسي في الجزائر كعملية ضرورية وكمجال بحث تتقاطع فيه العديد من البحوث لاسيما علوم الإعلام والاتصال،فهو وسيلة ضرورية لرجال السياسية من أجل تبادل المعلومات بينهم وبين الجماهير إذ يستخدمونه كآلية للتأثير لاسيما في الفترات الانتخابية حيث تعد الحملة الانتخابية من أهم العمليات الضرورية للاتصال السياسي.

ورغم الاستراتيجيات المنتهجة في سبيل تطوير الاتصال السياسي في الجزائر و العالم العربي، إلا أنه بحاجة للعديد من الدراسات والبحوث التي تسمح بتطويره والاعتناء به من أجل خلق بيئة سياسية مؤثرة وقادرة على إحداث التغيير والتجديد في المجتمعات وتساعد على الاستجابة لمتطلبات وتطلعات الشعوب من أجل بناء مستقبل أفضل.

تمهيد:

من خلال الإطار التطبيقي حاولنا القيام بتحليل مضمون الرسائل الخطابية الثلاثة للرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" وقد راعينا في تحليلنا تحديد فئات التحليل المناسبة من خلال التمعن في محتوى الخطابات محل الدراسة. حيث تمثلت المرحلة الأولى من دراستنا التطبيقية في التحليل الكمي الذي يظهر في شكل جداول تكميمية خاصة بكل فئة من فئات التحليل، بداية بفئة الموضوع ثم فئتي القيم والأهداف وأخيرا فئة أساليب الإقناع، أما المرحلة الثانية من الدراسة فتمثلت في التحليل الكيفي الذي تم من خلاله ترجمة و تفسير الجداول التكميمية من خلال ما تمليه الأرقام والتكرارات والنسب المئوية الموضحة في الجداول الخاصة بكل فئة من الفئات السابقة.

وتأتي في الأخير النتائج العامة للدراسة والتي حاولنا من خلالها الإجابة عن إشكالية دراستنا والتساؤلات الفرعية وذلك انطلاقا من نتائج التحليل الكمي والكيفي.

النسبة %	التكرار	المواضيع الفرعية	المواضيع الرئيسية
13.53	31	-المشاركة السياسية	الانتخابات
09.60	22	-تحديد ثقة الشعب في الرئيس	الرئاسية
11.35	26	-البطولات الثورية	إنجازات
27.94	64	-حصيلة و مكاسب العهدة الثالثة	الرئيس
37.55	86	-برنامج الحملة الانتخابية 2014	
100	229	المجموع	

الجدول رقم: 01

*جدول يمثل المواضيع الفرعية المطروحة في فئة الموضوع.

من خلال الجدول رقم (01) والذي يمثل المواضيع الفرعية المطروحة في فئة الموضوع نلاحظ أن موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" احتل المرتبة الأولى ضمن المواضيع الفرعية المطروحة بأكبر نسبة قدرت ب: 37,35% وتكرر بلغ 86 وحدة، يليه موضوع "حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة" بنسبة قدرت ب: 27,94% وتكرر بلغ 64 وحدة ليحتل موضوع " المشاركة السياسية" المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب: 13,53% وتكرر بلغ 31 وحدة، ثم يليه

في المرتبة الرابعة موضوع "البطولات الثورية" بنسبة قدرت ب: **11,35%** وتكرار بلغ **26** وحدة. أما موضوع "تجديد ثقة الشعب في الرئيس" فقد احتل المرتبة الخامسة ضمن المواضيع الفرعية المطروحة بنسبة قدرت ب: **09,60%** وتكرار بلغ **22** وحدة .

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول رقم (01) نلاحظ أن أكبر نسبة سجلت في موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" وهذا يدل على اهتمام الرئيس بتقديم وتعريف الشعب ببرنامجه الانتخابي، الذي ركز فيه على الإصلاحات السياسية مقارنة ببرامج غيره من المرشحين وقد اهتم كذلك بذكر المكاسب والانجازات السابقة وهذا ما نلاحظه من خلال موضوع "حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة" الذي احتل المرتبة الثانية حيث عمد الرئيس إلى تذكير الشعب بالجهود المبذولة خلال فترات حكمه ليعزز ثقة الشعب فيه وقد استند على المشاريع التنموية في كافة المجالات كبرهان على ما تم قطعه من أشواط ومكاسب.

ركز الرئيس أيضا في رسائله الخطابية على موضوع "المشاركة السياسية" وذلك بهدف دفع الشعب الجزائري للخروج يوم الاقتراع والتصويت بقوة بتأكيد على أن الانتخاب حق وواجب وهو الطريق الصحيح والآلية الضرورية ولا يجوز التهوين أو التفريط فيه أبدا، وأن الشعب هو الذي سيختار الرئيس الأنسب حتى يبرهن لنا شرعية الانتخابات ونزاهتها لأن الانتخابات بأنواعها ترتبط بفكرة التزوير لذا عزز لنا الرئيس السلوك الانتخابي كمسؤولية للجميع تجاه الوطن. كما استند من خلال رسائله على ذكر موضوع "البطولات الثورية" من خلال تمجيد الثورة والإشادة بمختلف التضحيات الثورية والتي استند عليها كشرعية تاريخية.

تحدث الرئيس كذلك عن الثقة التي جدها الشعب الجزائري فيه بطلب ترشحه للعهد الرابع على التوالي من خلال ما تلقاه من نداءات من قبل المواطنين ليبين لنا اعترافه بحب الشعب الجزائري افتخارا بذلك وامتنانا للشعب الذي حباه بخدمته طيلة عهدهات الثلاثة مبرهنا على أن ثقة الشعب ستكون في محلها من خلال تسخير طاقاته لكل ما يأملونه.

الجدول رقم 02:

النسبة %	التكرار	المواضيع الفرعية	الموضوع الرئيسي
58.49	31	-المشاركة السياسية	الانتخابات
51.50	22	-تجديد ثقة الشعب في الرئيس	الرئاسية
100	229	المجموع	

الجدول رقم 02: يمثل المواضيع الفرعية المطروحة بالنسبة لفئة الموضوع الرئيسي "الانتخابات الرئاسية".

1. يمثل الجدول المواضيع الفرعية المطروحة بالنسبة للموضوع الرئيسي " الانتخابات الرئاسية" والتي احتل فيها موضوع " المشاركة السياسية" المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب: 58،49% بتكرار بلغ 31 وحدة ثم يليه موضوع "تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة 51،50% وتكرار بلغ 22 وحدة.

2. يتضح لنا بعد قراءة الجدول أن الرئيس ركز على موضوع " المشاركة السياسية" والتي أشار إليها في عدة مناسبات تماشياً مع الهدف المرجو من خطابه وهو المشاركة الواسعة والمكثفة في رئاسيات أبريل 2014 والذي اعتبره الرئيس موعد هام بوصفه ساعة قرار وحسم يتعين على كل جزائري وجزائرية أن يؤدي واجبه ليكون الانتخاب الرئاسي إيذاناً لإطلاق دينامية الانتقال إلى مجتمع جديد، مجتمع خال من كل الممارسات والسلوكات المضرة .

جدول رقم (3) :

النسبة %	التكرار	المواضيع الفرعية	الموضوع الرئيسي
14.77	26	-البطولات الثورية	إنجازات
36.36	64	-حصيلة و مكاسب العهديات الثلاث	الرئيس
48.86	86	- برنامج الحملة الانتخابية 2014	
100	176	المجموع	

الجدول رقم 03: يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة للموضوع الرئيسي "إنجازات الرئيس"

1. يمثل الجدول المواضيع الفرعية بالنسبة للموضوع الرئيسي " إنجازات الرئيس " والتي احتل فيها موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014 " المرتبة الأولى بنسبة **48,86%** وتكرار بلغ **86** وحدة ليليه في المرتبة الثانية موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة قدرت ب:**36,36%** وتكرار بلغ **64** وحدة أما المرتبة الثالثة فكانت لموضوع " البطولات الثورية" وذلك بنسبة **14,77%** وتكرار بلغ **26** وحدة.

2. من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أكبر نسبة كانت لموضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" وهذا يبرز الاهتمام الكبير للرئيس بتبنيان مشاريع برنامج الانتخابي الخاص بالعهد الرابعة حتى يثبت التغيير من خلال ما ستحمله إصلاحاته في شتى المجالات. إذ تعهد مرارا بأنه سيسعى مع كافة الفاعلين السياسيين إلى إيجاد الظروف السياسية و المؤسساتية التي تتيح بناء نموذج الحكامة من خلال قيامه بمراجعة الدستور والاستجابة لتطلعات الشعب وآماله. كما ذكر الرئيس بالإصلاحات التي قامت بها الجزائر مستدلا على ذلك بالمكاسب والانجازات خلال فترات حكمه السابقة لتوعية الشعب بما حققته مسيرته الانتخابية من تنمية في كافة

المجالات مبينا ما قدمه سابقا من تضحيات و بطولات ثورية في فترة الاستعمار وذلك ليستند عليها كشرعية تاريخية.

الجدول رقم (04).

النسبة	التكرار	فئة الموضوع
23.14	53	-الانتخابات الرئاسية
76.85	176	إنجازات الرئيس
100	229	المجموع

جدول رقم 04: يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الموضوع.

1. يمثل الجدول المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الموضوع، حيث نلاحظ من خلاله أن موضوع " إنجازات الرئيس " احتل المرتبة الأولى بنسبة 76,85% وتكرار بلغ 176 وحدة بينما احتل موضوع " الانتخابات الرئاسية" المرتبة الثانية بنسبة 23,14% وتكرار بلغ 53 وحدة .

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أننا سجلنا أكبر نسبة في موضوع " إنجازات الرئيس " مما يوحي بتركيز الرئيس في خطابه على الافتخار بما قدمه من مشاريع وإنجازات خلال حكمه وهو بذلك يستخدم أسلوب المحاجة كوسيلة وميكانيزم للإقناع كما قدم مشاريعه المستقبلية التي يتضمنها برنامجه الانتخابي ليثبت قدرته على مواصلة المسيرة الانتخابية رغم الظروف الصحية التي يعاني منها.

جدول رقم (05) :

القيم										الفئات																														
تاريخية		ثقافية		اجتماعية		اقتصادية		سياسية																																
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار																															
00	00	00	00	9.30	04	00	00	35.13	26	المشاركة السياسية - تحديد ثقة الشعب في الرئيس	الانتخابات الرئاسية																													
2.70	01	00	00	25.58	11	00	00	12.16	09	البطولات الثورية - حصيلة و مكاسب العهديات الثلاث - برنامج الحملة الانتخابية																														
70.27	26	00	00	00	00	00	00	00	00	27.02		10	47.82	11	30.23	13	58.82	10	14.86	11	00	00	52.17	12	34.88	15	41.17	07	37.83	28	100	37	100	23	100	43	100	17	100	74

جدول رقم (05) : يمثل عناصر فئة القيم حسب المواضيع الفرعية المطروحة.

يمثل الجدول رقم (05) عناصر فئة القيم حسب المواضيع الفرعية المطروحة إذ تشير البيانات الموضحة في الجدول إلى أن موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" احتل المرتبة الأولى في تناوله للقيم السياسية بنسبة قدرت ب: **37,83%** وتكرار بلغ **28** قيمة سياسية يليه موضوع "المشاركة السياسية" بنسبة **35,13%** وتكرار بلغ **26** قيمة سياسية، يليه في المرتبة الثالثة موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة **14,86%** وتكرار بلغ **11** قيمة سياسية يليه موضوع "تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **12,16%** وتكرار بلغ **09** قيم سياسية أما المرتبة الأخيرة فكانت لموضوع "البطولات الثورية" إذ لم تسجل فيه أي قيمة سياسية. أما عن القيم الاقتصادية التي تحملها رسائل الرئيس فنلاحظ أن أعلى مرتبة كانت لموضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" وذلك بأكثر نسبة قدرت ب: **58,82%** وتكرار بلغ **10** قيم اقتصادية، يليه فيما بعد موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة **47,17%** وتكرار بلغ **07** قيم اقتصادية. أما المواضيع الثلاثة المتبقية والتي تمثلت في "المشاركة السياسية" "تجديد ثقة الشعب في الرئيس" و"البطولات الثورية" فقد احتلت المرتبة الأخيرة حيث لم تسجل فيها أي قيمة اقتصادية.

بالنسبة للقيم الاجتماعية فقد احتل موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" المرتبة الأولى وذلك بأعلى نسبة قدرت ب: **34,88%** وتكرار بلغ **15** قيمة اجتماعية يليه في المرتبة الثانية موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة **30,23%** وتكرار بلغ **13** قيمة اجتماعية، يليه في المرتبة الثالثة موضوع "تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **25,58%** وتكرار بلغ **11** قيمة اجتماعية، ثم يليه موضوع "المشاركة السياسية" بنسبة **9,30%** وتكرار بلغ **04** قيم اجتماعية أما المرتبة الأخيرة فكانت لموضوع "البطولات الثورية" والتي لم تسجل فيها أي قيمة اجتماعية. وبالنسبة للقيم الثقافية فقد سجلنا أعلى نسبة في موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" والتي قدرت ب: **52,17%** وتكرار بلغ **12** قيمة ثقافية يليه في المرتبة الثانية موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة قدرت ب: **47,82%** وتكرار بلغ **11** قيمة ثقافية أما المرتبة الأخيرة فكانت لثلاث مواضيع وهي: "المشاركة السياسية" "تجديد ثقة الشعب

في الرئيس" وموضوع " البطولات الثورية" حيث لم نسجل فيها أي قيمة ثقافية ، أما القيم التاريخية فقد سجلنا أعلى نسبة في موضوع " البطولات الثورية" والتي قدرت ب: **70،27 %** بتكرار بلغ **26** قيمة تاريخية يليه موضوع " حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة **27،02 %** وتكرار بلغ **10** قيم تاريخية، أما المرتبة الثالثة كانت لموضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **2،70 %** وتكرار بلغ قيمة تاريخية واحدة وتبقى المرتبة الأخيرة لموضوعي " المشاركة السياسية" و "برنامج الحملة الانتخابية 2014" حيث لم نسجل فيهما أي قيمة تاريخية.

2. نلاحظ من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول أن المواضيع التي احتلت المراتب الثلاثة الأولى ركز فيها الرئيس على إبراز القيم السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية والتي حملتها رسائله الخطابية وهذا يبين لنا أن الرئيس نوع في تناول وتوظيف مختلف القيم لتدعيم رسائله بفعل التداخل بين الأبعاد فما هو سياسي ينجم عما هو اقتصادي وثقافي واجتماعي وهذا ما يضمن التنوع في الأفكار والحجج واهتمامات الجمهور مما يضمن الإقناع .

أما بالنسبة للمواضيع التي لم تحمل أي قيمة من هذه القيم فقد ركزت على القيم التاريخية وذلك لأنها بمثابة الشرعية التي يستند عليها الخطاب السياسي خاصة وأن الرئيس تحدث عن البطولات والانجازات الثورية واستعملها كميكانيزم إقناع للهدف السياسي وهو المشاركة في رئاسيات 2014.

الجدول رقم (06) :

القيم										الفئات
تاريخية		ثقافية		اجتماعية		اقتصادية		سياسية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
الانتخابات الرئاسية										
00	00	00	00	26,66	04	00	00	74,28	26	- المشاركة السياسية
100	01	00	00	73,33	11	00	00	25,71	09	- تجديد ثقة الشعب في الرئيس
100	01	00	00	100	15	00	00	100	35	المجموع

جدول رقم (06) :يمثل عناصر فئة القيم حسب الموضوع الرئيسي "الانتخابات الرئاسية"

1. يمثل الجدول عناصر فئة القيم حسب الموضوع الرئيسي " الانتخابات الرئاسية" حيث نلاحظ أن موضوع "المشاركة السياسية" احتل المرتبة الأولى بنسبة 74,28% وتكرار بلغ 26 قيمة سياسية ثم يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة 25,71% وتكرار بلغ 09 قيم سياسية دون تسجيل أي قيمة اقتصادية و ثقافية.في حين احتل موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" المرتبة الأولى في تناوله للقيم الاجتماعية والتاريخية بنسبة 73,33% وتكرار بلغ 11 قيمة اجتماعية ونسبة 100%. وتكرار بلغ قيمة تاريخية يليه موضوع " المشاركة السياسية" بنسبة 26,66% وتكرار بلغ 04 قيم اجتماعية دون تسجيل أي قيمة تاريخية في هذا الموضوع.

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول يتضح لنا أن موضوع " المشاركة السياسية" احتل المرتبة الأولى في تناوله للقيم السياسية مقارنة بالعنصر الآخر من الموضوع الرئيسي " الانتخابات الرئاسية" دون تسجيل أي قيمة اقتصادية وثقافية وتاريخية وهذا يرجع لطبيعة الخطاب كونه خطاب سياسي يتناول قضية سياسية بالدرجة الأولى وهي الانتخابات الرئاسية كما يبرز ذلك اهتمام الرئيس في برنامجه الانتخابي بالجانب السياسي من خلال تركيزه على ذكر الإصلاحات والمشاريع السياسية ويبين ذلك أيضا أن الخطابات كانت حاملة لقيم سياسية مؤيدة للانتخابات .

وقد احتل موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس " المرتبة الأولى في تناوله للقيم الاجتماعية والتاريخية وذلك بأعلى نسبة مقارنة مع الموضوع الفرعي الأول مما يبرز اهتمام الرئيس في هذا الموضوع بالقيم الاجتماعية كون الخطاب السياسي خطاب اجتماعي يتواجد مع وجود المجتمع، كما حمل الخطاب قيم تاريخية والتي وظفها الرئيس كتدعيم وتعزيز لبقية القيم نظرا لأن الخطاب السياسي يستند إلى الأحداث التاريخية في الكثير من الأحيان.

جدول رقم (07) :

القيم										الفئات
تاريخية		ثقافية		اجتماعية		اقتصادية		سياسية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
انجازات الرئيس										
72,22	26	00	00	00	00	00	00	00	00	. البطولات الثورية.
27,77	10	47,82	11	46,42	13	58,82	10	28,20	11	. حصيلة ومكاسب العهدات الثلاثة.
00	00	52,17	12	53,57	15	41,17	07	71,79	28	. برنامج الحملة الانتخابية 2014
100	36	100	23	100	28	100	17	100	39	المجموع

جدول رقم (07) ؛ يمثل عناصر فئة القيم حسب الموضوع الرئيسي " انجازات الرئيس "

1. من خلال الجدول نلاحظ أن موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" احتل

المرتبة الأولى في تناوله للقيم السياسية بنسبة 71,79% وتكرار بلغ 28 قيمة سياسية

يليه موضوع " حصيلة ومكاسب العهدات الثلاثة" بنسبة 28,20% وتكرار بلغ 11

قيمة سياسية، يليه موضوع " البطولات الثورية" والذي لم نسجل فيه أي قيمة

سياسية. أما بالنسبة للقيم الاقتصادية فقد برزت بأعلى نسبة في موضوع " حصيلة " ومكاسب العهدة الثالثة" وقدرت ب: **58,82%** وتكرار بلغ **10** قيم اقتصادية، يليه موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة **41,17%** وتكرار بلغ **07** قيم اقتصادية، يليه موضوع " البطولات الثورية" والذي لم نسجل فيه أي قيمة اقتصادية.

وقد احتل موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" المرتبة الأولى في تناوله للقيم الاجتماعية والثقافية وذلك بنسبة قدرت ب: **53,57%** وتكرار بلغ **15** قيمة اجتماعية وبنسبة **52,17%** وتكرار بلغ **12** قيمة ثقافية يليه موضوع " حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة" بنسبة **46,42%** وتكرار بلغ **13** قيمة اجتماعية وبنسبة قدرت ب **47,82%** وتكرار بلغ **11** قيمة ثقافية، يليه موضوع " البطولات الثورية" الذي لم نسجل فيه أي قيمة اجتماعية وثقافية وإنما احتل المرتبة الأولى في تناوله للقيم التاريخية بأعلى نسبة قدرت ب: **72,22%** وتكرار بلغ **26** قيمة تاريخية، يليه موضوع " حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة " بنسبة **27,77%** وتكرار بلغ **10** قيم تاريخية، يليه في المرتبة الأخيرة موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" والذي لم نسجل فيه أي قيمة تاريخية.

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أن المواضيع التي احتلت المراتب الأولى في

تناولها للقيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لم تتناول أي قيمة تاريخية كون الرئيس ركز فيها على ذكر الانجازات التي قدمها خلال فترات حكمه السابقة كما ركز فيها على الحديث عن المشاريع التي ستتضمنها العهدة المقبلة وهذا يفسر حديثه عن الحاضر والمستقبل لذلك لم يستند إلى أي قيمة تاريخية هنا. في احتل موضوع " البطولات الثورية" المرتبة الأولى في تناوله للقيم التاريخية مقارنة مع بقية المواضيع الفرعية من الموضوع الرئيسي " انجازات الرئيس" كون الرئيس ركز على ذكر البطولات الثورية وتمجيد الثورة وهذا ما يعكس الشرعية التاريخية التي يستند عليها الرئيس في رسائله الخطابية.

جدول رقم: (08).

القيم										الفئات
تاريخية		ثقافية		اجتماعية		اقتصادية		سياسية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
2,70	01	00	00	34,88	15	00	00	47,29	35	الانتخابات الرئيسية
97,29	36	100	23	65,11	28	100	17	52,70	39	انجازات الرئيس
100	37	100	23	100	43	100	10	100	74	المجموع

جدول رقم (08) : يمثل عناصر فئة القيم حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.

1. من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن موضوع " انجازات الرئيس " احتل المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب: 52,70 % وتكرار بلغ 39 قيمة سياسية ونسبة 100% وتكرار بلغ 17 قيمة اقتصادية ونسبة 65,11% وتكرار بلغ 28 قيمة اجتماعية ونسبة 100% وتكرار بلغ 23 قيمة ثقافية، ونسبة 97,29% وتكرار بلغ 36 قيمة تاريخية يليه في المرتبة الثانية موضوع " الانتخابات الرئاسية " بنسبة قدرت ب 47,29% وتكرار بلغ 35 قيمة سياسية ونسبة 34,88% وتكرار بلغ 15 قيمة اجتماعية، ونسبة 2,70% وتكرار بلغ قيمة تاريخية واحدة دون تسجيل أي قيمة من القيم الاقتصادية والثقافية في هذا الموضوع.

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن الموضوع الرئيس " انجازات الرئيس " احتل المرتبة الأولى مقارنة مع موضوع " الانتخابات الرئاسية " إذ برز فيه التنوع في القيم من سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، وتاريخية وهذا يدل على أن الرئيس وظيف هذه القيم ليبين أن انجازاته مست كافة الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها وكانت بمثابة استدلال حتى يضمن الإقناع، كذلك يدخل هذا في إطار التنوع في الأفكار واهتمامات الجمهور.

- التحليل الكمي و الكيفي لفئة الأهداف

الأهداف						الفئات	
اجتماعي		اقتصادية		سياسية			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
8,88	04	00	00	26,74	23	. المشاركة السياسية الانتخابات تجديد ثقة الشعب في الرئيس	الانتخابات الرئاسية
20	09	00	00	09,30	08		
00	00	00	00	08,13	07	. البطولات الثورية حصيلة و مكاسب العهدة برنامج الحصيلة الانتخابية 2014	انجازات الرئيس
28,88	13	38,46	10	12,79	11		
42,22	19	61,53	16	43,02	37		
100	45	100	26	100	86	المجموع	

جدول رقم (09) : يمثل عناصر فئة الأهداف حسب المواضيع الفرعية المطروحة.

1. يمثل الجدول رقم (09): عناصر فئة الأهداف حسب المواضيع الفرعية المطروحة حيث احتل موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014 " المرتبة الأولى بنسبة قدرت ب: **43,02%** وتكرار بلغ **37** هدف سياسي ونسبة **61,53%** وتكرار بلغ **16** هدف اقتصادي ونسبة **42,22%** وتكرار بلغ **19** هدف اجتماعي، يليه موضوع " المشاركة السياسية" بنسبة قدرت ب: **26,74%** وتكرار بلغ **23** هدف سياسي دون تسجيل أي هدف اقتصادي ثم يليه موضوع " حصيلة ومكاسب العهدة الثلاثة" بنسبة **12,79%** وتكرار بلغ **11** هدف

سياسي ونسبة **38،46%** وتكرار بلغ **10** أهداف اقتصادية ونسبة **28،88%** وتكرار بلغ **13** هدف اجتماعي ثم يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس " بنسبة **09،30%** وتكرار بلغ **08** أهداف سياسية وبنسبة **20%** وتكرار بلغ **09** أهداف اجتماعية دون تسجيل أي هدف اقتصادي، ثم يليه موضوع " البطولات الثورية" الذي احتل المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت ب **08،13%** وتكرار بلغ **07** أهداف سياسية دون تسجيل أي هدف اقتصادي واجتماعي.

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أن الهدف السياسي احتل المرتبة الأولى في مجموع التكرارات مقارنة مع الأهداف الأخرى وهذا يفسر الهدف الأساسي المرجو من رسائل الرئيس وهو التوعية السياسية بضرورة المشاركة في الانتخابات الرئاسية كعملية أساسية تساهم في إحداث التغيير، يليه في المرتبة الثانية الهدف الاجتماعي وهذا يدل على أن الرئيس وظف الأهداف الاجتماعية كامتداد لأغراض سياسية، لأن الخطاب السياسي ينشأ في ظل المجتمع ويتواجد فيه نتيجة التفاعل والاتصال، ويدل ذلك على أن رئيس الجمهورية اهتم بالجانب الاجتماعي في رسائله الخطابية وقد برز هذا من خلال ذكره لخصال الشعب الجزائري كالشجاعة والأمانة وقد اعتمد عليها حتى يعزز مسؤولية الشعب في عملية التغيير و البناء ثم تأتي الأهداف الاقتصادية التي وظفها أيضا كامتداد للتوعية السياسية.

جدول رقم (10) :

الاهداف						الفئات
اجتماعية		اقتصادية		سياسية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
الانتخابات الرئاسية						
30,76	04	00	00	74,19	23	. المشاركة السياسية
69,23	09	00	00	25,80	08	. تجديد ثقة الشعب في الرئيس
100	13	00	00	100	31	المجموع

جدول رقم (10) : يمثل عناصر فئة الأهداف حسب موضوع " الانتخابات الرئاسية "

1. تبرز بيانات الجدول أن موضوع " المشاركة السياسية" احتل المرتبة الأولى ضمن الموضوع الرئيسي " الانتخابات الرئاسية" بنسبة **74,19%** وتكرار بلغ **23** هدف سياسي، ونسبة **30,76%** وتكرار بلغ **04** أهداف اجتماعية، يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **25,80%** وتكرار بلغ **08** أهداف سياسية ونسبة **69,23%** وتكرار بلغ **09** أهداف اجتماعية دون تسجيل أي هدف اقتصادي في موضوع " الانتخابات الرئاسية".

2. نلاحظ من خلال قراءتنا لبيانات الجدول أن رئيس الجمهورية اهتم في رسائله الخطابية بالأهداف السياسية والاجتماعية بالدرجة الأولى ونسبة متقاربة حيث لم نسجل فرقا كبيرا بينهما مع غياب الأهداف الاقتصادية في حديثه عن موضوع " الانتخابات الرئاسية" وهذا ما يفسر لنا تركيز الرئيس على النطاق السياسي والاجتماعي في برنامجه الانتخابي إذ اهتم بالتعريف بالإصلاحات السياسية والاجتماعية أكثر من الاقتصادية في برنامجه الانتخابي.

جدول رقم (11) :

الأهداف						الفئات
اجتماعية		اقتصادية		سياسية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
انجازات الرئيس						
00	00	00	00	12,72	07	. البطولات الثورية
40,62	13	38,46	10	20	11	. حصيلة و مكاسب العهدات الثلاثة
59,37	19	61,53	16	67,27	37	. برنامج الحملة الانتخابية 2014
100	32	100	26	100	55	المجموع

جدول رقم (11) : يمثل عناصر فئة الاهداف حسب موضوع " انجازات الرئيس "

1. يمثل الجدول عناصر فئة الأهداف السياسية، الاقتصادية والاجتماعية حسب موضوع "انجازات الرئيس" حيث احتل موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب: 67,27% وتكرار بلغ 37 هدف سياسي، ونسبة 61,53% وتكرار بلغ 16 هدف اقتصادي، ونسبة 59,37% وتكرار بلغ 19 هدف اجتماعي، يليه في المرتبة الثانية موضوع " حصيلة ومكاسب العهدات الثلاثة" بنسبة 20% وتكرار بلغ 11 هدف سياسي، ونسبة 38,46% وتكرار بلغ 10 أهداف اقتصادية ونسبة 40,62% وتكرار بلغ 13 هدف اجتماعي، يليه في المرتبة الأخيرة موضوع " البطولات الثورية" بنسبة 12,72% وتكرار بلغ 07 أهداف سياسية دون تسجيل أي هدف اقتصادي واجتماعي .

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول رقم (11) نلاحظ أن موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014 " احتل المرتبة الأولى من بين بقية المواضيع الفرعية التي تضمنها الموضوع الرئيسي " انجازات الرئيس " حيث تناول أكبر نسبة من الأهداف السياسية الاقتصادية والاجتماعية مما يبرز اهتمام الرئيس بالتغيير على مستوى الأبعاد الثلاثة ليثبت قدرته على تحسين الوضعية بطريقة سلمية في جميع جوانبها، كما احتل موضوع " حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة " المرتبة الثانية حيث تضمن نسبة معتبرة من الأهداف السياسية الاقتصادية والاجتماعية وهذا ما يفسر ظهور التوعية السياسية والاجتماعية والاقتصادية بما قدمه الرئيس خلال فترات حكمه السابقة من انجازات ومشاريع في المستويات الثلاثة، واستخدم هذا كآلية للاستدلال على الجهود المبذولة حتى يكسب ثقة الشعب ويضمن الإقناع.

جدول رقم (12) :

الاهداف						الفئات
اجتماعية		اقتصادية		سياسية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
الانتخابات الرئاسية						
28,88	13	00	00	36,04	31	. الانتخابات الرئاسية
71,11	32	100	26	63,95	55	. انجازات الرئيس
100	45	100	26	100	86	المجموع

جدول رقم (12) : يمثل عناصر فئة الأهداف حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.

1. يمثل الجدول رقم (12) عناصر فئة الأهداف حسب المواضيع الرئيسية المطروحة، حيث احتل موضوع " انجازات الرئيس " المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب: **63,95%** وتكرار بلغ **55** هدف سياسي، ونسبة **100%** وتكرار بلغ **26** هدف اقتصادي ونسبة **71,11%** وتكرار بلغ **32** هدف اجتماعي، يليه موضوع " الانتخابات الرئاسية" بنسبة قدرت ب: **36,04%** وتكرار بلغ **31** هدف سياسي ونسبة **28,88%** وتكرار بلغ **13** هدف اجتماعي، دون تسجيل أي هدف اقتصادي.

2. نلاحظ بعد قراءتنا لمعطيات الجدول رقم (12) أن موضوع " انجازات الرئيس" سجلنا فيه أعلى النسب في تناوله للأهداف السياسية والاجتماعية والاقتصادية مقارنة مع موضوع "الانتخابات الرئاسية" وهذا يفسر اهتمام رئيس الجمهورية بتوعية الشعب بالانجازات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي قدمها وهذا راجع للأهداف الأساسية المرجوة من رسائله والتي كان أهمها التوعية السياسية بأهمية المشاركة في الرئاسيات لذلك ركز على الأهداف السياسية لإثبات التغيير في الوضع السياسي في الجزائر واستعان في ذلك بجملة من الأهداف الاجتماعية والتي اعتمدها حتى يبين دور الشعب الجزائري في إحداث التغيير وحتى يعزز مسؤولية هذا الشعب في الاختيار الحر والأمثل للرئيس الأنسب، كما وظف الأهداف الاقتصادية ليثبت من خلالها السعي إلى تحسين الوضعية الاجتماعية بتحسين أوضاع الاقتصاد الجزائري، وكل هذا يفسر ظهور اهتمام الرئيس بالأبعاد الاقتصادية والاجتماعية كامتداد للأبعاد السياسية لأن أي تغيير على مستوى الفعل السياسي يؤدي لا محالة للتغيير الاجتماعي و الاقتصادي.

التحليل الكمي والكيفي لفئة أساليب الإقناع

جدول رقم (13):

اساليب الإقناع												الفئات	
التأكيد		الضمانات		التبرير		الاستدلال		الافتخار		السرد			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
78,57	22	2,94	02	27,5	11	3,38	02	00	00	5,55	03	-المشاركة السياسية	الانتخابات الرئاسية
10,71	03	5,88	04	15	06	5,08	03	22,22	06	1,85	01	- تجديد ثقة الشعب في الرئيس	
00	00	00	00	00	00	13,5	08	14,81	04	40,74	22	-البطولات الثورية	إنجازات الرئيس
00	00	5,88	04	40	16	71,1	42	62,96	17	27,77	15	-حصيلة و مكاسب العهدة الثلاث	
10,71	03	85,3	58	17,5	07	06,7	04	00	00	24,07	13	- برنامج الحملة الانتخابية 2014	
100	28	100	68	100	40	100	59	100	27	100	54	المجموع	

جدول يمثل عناصر فئة أساليب الإقناع حسب المواضيع الفرعية المطروحة.

1. يمثل الجدول رقم (13) عناصر فئة أساليب الإقناع حسب المواضيع الفرعية المطروحة حيث سجلنا في موضوع " البطولات الثورية" أعلى نسبة قدرت ب: **40,74%** وتكرار بلغ **22** مؤشر للسرد يليه موضوع " حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة **27,77%** وتكرار بلغ **15** مؤشر للسرد يليه موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة **24,07%** وتكرار بلغ **13** مؤشر للسرد يليه موضوع " المشاركة السياسية" بنسبة **5,55%** وتكرار بلغ **03** مؤشرات للسرد، وفي المرتبة الأخيرة موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **1,85%** وتكرار بلغ مؤشر واحد للسرد. أما بالنسبة لأسلوب الافتخار فقد سجلنا أعلى نسبة في موضوع " حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" والتي قدرت ب: **62,96%** وتكرار بلغ **17** مؤشر للافتخار، يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **22,22%** وتكرار بلغ **06** مؤشرات للافتخار ثم يليه موضوع " البطولات الثورية" بنسبة **14,81%** وتكرار بلغ **04** مؤشرات للافتخار، دون تسجيل أي نسبة لأسلوب الافتخار في موضوعي " المشاركة السياسية" و " برنامج الحملة الانتخابية 2014"، أما بالنسبة لأسلوب الاستدلال فقد احتل موضوع " حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" المرتبة الأولى بنسبة **71,18%** وتكرار بلغ **42** مؤشر للاستدلال يليه موضوع " البطولات الثورية" بنسبة **13,55%** وتكرار بلغ **08** مؤشرات للاستدلال يليه موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة **06,77%** وتكرار بلغ **04** مؤشرات للاستدلال يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **05,08%** وتكرار بلغ **03** مؤشرات للاستدلال أما المرتبة الأخيرة فكانت لموضوع " المشاركة السياسية" بنسبة **03,38%** وتكرار بلغ مؤشرين للاستدلال، أما بالنسبة لأسلوب التبرير فقد احتل موضوع " حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" المرتبة الأولى بنسبة **40%** وتكرار بلغ **16** مؤشر للتبرير يليه موضوع " المشاركة السياسية" بنسبة **27,5%** وتكرار بلغ **11** مؤشر للتبرير يليه موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة **17,5%** وتكرار بلغ **07** مؤشرات للتبرير يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة **15%** وتكرار بلغ **06** مؤشرات للتبرير، أما المرتبة الأخيرة فكانت لموضوع " البطولات الثورية" حيث لم نسجل فيه أي مؤشر للتبرير.

أما بالنسبة لأسلوب الضمانات فقد سجلنا أعلى نسبة في موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" والتي قدرت ب: **85,29%** وتكرار بلغ **58** مؤشر للضمانات يليه موضوعي " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" و " حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة" بنفس النسبة **05,88%** ونفس التكرار **04** مؤشرات للضمانات، يليه موضوع " المشاركة السياسية" بنسبة **02,94%** وتكرار بلغ مؤشرين للضمانات، دون تسجيل أي نسبة في موضوع " البطولات الثورية" لأسلوب الضمانات، أما بالنسبة لأسلوب التأكيد فقد سجلنا أعلى نسبة في موضوع "المشاركة السياسية" والتي قدرت ب: **78,57%** وتكرار بلغ **22** مؤشر للتأكيد، يليه موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" وموضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنفس النسبة والتي قدرت ب: **10,71%** ونفس التكرار الذي بلغ **03** مؤشرات للتأكيد دون تسجيل أي نسبة في موضوعي " البطولات الثورية" و " حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة".

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أن موضوع " البطولات الثورية" برز فيه أسلوب السرد بأعلى نسبة مقارنة مع المواضيع الأخرى حيث عمد الرئيس إلى سرد الوقائع والأحداث التاريخية في سياقاتها الزمانية والمكانية وذلك بالعودة إلى الماضي في كل مرة وقد استعملها الرئيس كاستمالة عاطفية من خلال الإشادة بالثورة وبيطولات الشعب والتي وظفها كعامل أساسي للإقناع، كما احتل موضوع " حصيلة ومكاسب العهدة الثالثة" المرتبة الأولى في تناوله لأسلوب الافتخار والاستدلال وهذا ما يبين افتخار الرئيس بالذات من جهة وافتخاره بما قدمه من إنجازات خلال فترات حكمه من جهة أخرى، كما اعتمد عليه للافتخار

بسمات الشعب الجزائري واستخدمه كآلية لتبيان الثقة بنفسه وبشعبه، كما اعتمد على الاستدلال كأسلوب لتدعيم أفكاره بالاستناد إلى الأمثلة الواقعية من خلال ذكر ما قدمه من مشاريع تنمية ناجحة خلال عهده الثالثة مبررا فشل بعض المشاريع بأسباب ظاهرها عقلاني معتمدا في ذلك على أسلوب التبرير كآلية للإقناع، كما احتل موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" المرتبة الأولى في تناوله لأسلوب الضمانات بنسبة كبيرة مقارنة مع بقية المواضيع، وهذا ما

يبرز لجوء الرئيس في رسائله الخطابية لتقديم الوعود أو الكفالات التي تضمن ما جاء في الخطاب من أفكار بهدف كسب تأييد الشعب وبذلك الوصول إلى الإقناع.

أما موضوع " المشاركة السياسية" فقد سجلنا فيه أعلى نسبة في أسلوب التأكيد مقارنة مع بقية المواضيع التي سجلنا فيها نسب فيها نسب قليلة وهذا يفسر تأكيد الرئيس على المشاركة الواسعة في الانتخابات ليجري أهمية هذا الحدث لتحسيس الشعب بالمسؤولية الانتخابية.

جدول رقم (14):

أساليب الإقناع												الفئات
التأكيد		الضمانات		التبرير		الاستدلال		الافتخار		السرد		
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
الانتخابات الرئاسية												
88	22	33.3	02	64.70	11	40	02	00	00	75	03	- المشاركة السياسية
12	03	66.6	04	35.29	06	60	03	100	06	25	01	- تجديد ثقة الشعب في الرئيس
100	25	100	06	100	17	100	05	100	06	100	04	المجموع

جدول رقم (14) : يمثل عناصر فئة أساليب الإقناع حسب الموضوع الرئيسي " الانتخابات الرئاسية "

من خلال الجدول سجلنا أعلى في موضوع " المشاركة السياسية" في تناوله لأسلوب السرد بنسبة 75% وتكرار بلغ 03 مؤشرات للسرد، ونسبة 40% وتكرار بلغ مؤشرين للاستدلال وبنسبة 88% وتكرار بلغ 22 مؤشر للتأكيد ونسبة 64،70% وتكرار بلغ 11 مؤشر للتبرير ونسبة 33،33% وتكرار بلغ مؤشرين للضمانات دون تسجيل أي نسبة في أسلوب الافتخار، يليه في المرتبة الثانية موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" بنسبة قدرت ب: 25% وتكرار بلغ مؤشر واحد للسرد، ونسبة 100% وتكرار بلغ 06 مؤشرات للافتخار ونسبة 60% وتكرار بلغ 03 مؤشرات للاستدلال وبنسبة 35،29% وتكرار بلغ 06 مؤشرات للتبرير، وبنسبة 66،66%

وتكرار بلغ **04** مؤشرات للضمانات، أما أسلوب التأكيد فسجلنا في هذا الموضوع نسبة قدرت ب: **12%** وتكرار بلغ **03** مؤشرات للتأكيد.

2. بعد قراءتنا لمعطيات الجدول رقم (14) نلاحظ أن موضوع " المشاركة السياسية" احتل المرتبة الأولى مقارنة مع موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" وذلك في تناوله لأسلوب السرد والتأكيد والتبرير وهذا ما يبرز اعتماد الرئيس في خطابه على الأساليب الإقناعية التبريرية واستخدامها كأسلوب للمحاججة بهدف الإقناع وتبرير الفشل والإخفاق في تحقيق بعض الأهداف مدعما ذلك بأسلوب السرد الذي يدخل كذلك في ما أسميناه بالحجج والتي بدورها تؤدي إلى الإقناع، كما استخدم أسلوب التأكيد بهدف إقناع الشعب بالمشاركة في الانتخابات الرئاسية باعتبارها حدث وآلية ضرورية بوصفها مسؤولية الجميع وواجب يتعين على كل مواطن القيام به.

في حين احتل موضوع " تجديد ثقة الشعب في الرئيس" المرتبة الثانية من حيث تناوله لأساليب السرد، التبرير، والتأكيد حيث برز فيه أسلوب الافتخار بأعلى نسبة وهذا ما يفسر افتخار الرئيس بسمات الشعب وخصاله وكذلك الافتخار بالعنصر النسوي ومساهمته في التنمية الوطنية مستعملا أسلوب الاستدلال كذلك من خلال الاستشهاد بالأحداث التاريخية والأمثلة الواقعية مدعما ذلك بأسلوب آخر وهو أسلوب الضمانات التي اختلفت باختلاف الموضوع الذي عرضت فيه استخدمها الرئيس لكسب التأييد و الموافقة واعتمدها أيضا لأنها تشكل نوع من الإغراء حتى يصل إلى إقناع الشعب بقوة.

جدول رقم (15):

أساليب الإقناع												الفئات
التأكيد		الضمانات		التبرير		الاستدلال		الافتخار		السرد		
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
انجازات الرئيس												
00	00	00	00	00	00	14,81	08	19,04	04	44	22	البطولات الثورية
00	00	6,45	04	69,56	16	77,77	42	80,95	17	30	15	-حصيلة و مكاسب العهدات الثلاثة.
100	03	93,54	58	30,43	07	7,40	04	00	00	26	13	-برنامج الحملة 2014
100	03	100	62	100	23	100	54	100	21	100	50	المجموع

جدول رقم (15) : يمثل عناصر فئة الإقناع حسب الموضوع الرئيسي " انجازات الرئيس "

يمثل الجدول رقم (15) عناصر فئة أساليب الإقناع حسب موضوع "انجازات الرئيس" حيث احتل موضوع "البطولات الثورية" المرتبة الأولى في تناوله لأسلوب السرد بنسبة 44% وتكرار بلغ 22 مؤشر للسرد، يليه موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة 30% وتكرار بلغ 15 مؤشر للسرد، يليه في المرتبة الأخيرة موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة 26% وتكرار بلغ 13 مؤشر للسرد، في حين احتل موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" المرتبة الأولى في تناوله لأسلوب الافتخار بنسبة 80,95% وتكرار بلغ 17 مؤشر للافتخار وبنسبة 77,77% وتكرار بلغ 42 مؤشر للاستدلال، ونسبة 69,56% وتكرار بلغ 16 مؤشر للتبرير دون تسجيل أي نسبة في هذا الموضوع لأسلوب التأكيد. يليه في المرتبة الثانية موضوع "البطولات الثورية" بنسبة 19,04% وتكرار بلغ 04 مؤشرات للافتخار ونسبة 14,81% وتكرار بلغ 08 مؤشرات للاستدلال، دون تسجيل أي مؤشر للتبرير في هذا الموضوع، يليه موضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" بنسبة 07,40% وتكرار بلغ 04 مؤشرات للاستدلال، ونسبة 30,43% وتكرار بلغ 07 مؤشرات للتبرير، دون تسجيل أي نسبة لمؤشر الافتخار. أما بالنسبة لموضوع "برنامج الحملة الانتخابية 2014" فقد احتل المرتبة الأولى في تناوله لأسلوب الضمانات والتأكيد بأعلى نسبة قدرت ب: 93,54% وتكرار بلغ 58 مؤشر للضمانات ونسبة 100% وتكرار بلغ 03 مؤشرات للتأكيد يليه موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" بنسبة 06,45% وتكرار بلغ 04 مؤشرات للضمانات دون تسجيل أي نسبة في هذا الموضوع لأسلوب التأكيد، يليه موضوع "البطولات الثورية" الذي لم يسجل فيه أي نسبة لأسلوبي الضمانات والتأكيد.

2. بعد قراءتنا لبيانات الجدول رقم (15) نستنتج أن موضوع "حصيلة ومكاسب العهديات الثلاثة" برزت فيه أساليب الافتخار، الاستدلال، والتبرير مقارنة مع بقية المواضيع الفرعية وهذا يدل على أن الرئيس ركز في رسائله الخطابية على الافتخار بما قدمه من انجازات خلال عهدياته الثلاثة مستدلا على ذلك بأمثلة واقعية مبررا فشل بعض المشاريع بأسباب وحجج ظاهرها عقلائي أما باطنها فهو انفعالي، وقد ركز على هذه الأساليب لما لها من قوة في إقناع

الجمهور، كما نلاحظ أن موضوع " برنامج الحملة الانتخابية 2014" برزت فيه أساليب الضمانات والتأكيد بأعلى النسب مقارنة مع بقية المواضيع ذلك لأن الرئيس كان بصدد عرض برنامج حملته الانتخابية لرئاسيات 2014 معتمدا في ذلك على أسلوب الضمانات بقوة من خلال تقديم الوعود و الكفالات التي تضمن ما جاء في خطاباته من أفكار وقد برزت هذه الضمانات في شكل تعهدات و إصلاحات مست العديد من الجوانب، كما وظف الرئيس أسلوب التأكيد وذلك يرجع للهدف الأساسي من رسائله الخطابية وهو دفع الشعب الجزائري للمشاركة الواسعة في الرئاسيات ، أما بالنسبة لموضوع " البطولات الثورية" فنلاحظ غياب أسلوب الضمانات و التبرير والتأكيد فيه لأن الرئيس اهتم بسرد الماضي الجزائري والأحداث التاريخية وذكر مختلف بطولات الشعب و التغني بها وقد اعتمد على السرد هنا كعامل أساسي للإقناع من خلال أيضا سرده لبعض الأحداث الدولية و التاريخية القديمة منها والحديثة .

جدول رقم (16) :

أساليب الإقناع												الفئات
التأكيد		الضمانات		التبرير		الاستدلال		الافتخار		السرد		
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
89,28	25	8,82	06	42,5	17	8,47	05	22,22	06	7,40	04	- الانتخابات الرئاسية
10,71	03	91,17	62	57,5	23	91,52	54	77,77	21	92,6	50	- انجازات الرئيس
100	28	100	68	100	40	100	59	100	27	100	54	المجموع

جدول رقم (16) : يمثل عناصر فئة أساليب الإقناع حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.

1. يتضح لنا من خلال الجدول أن موضوع "انجازات الرئيس" احتل المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب: **92,59%** وتكرار بلغ **50** مؤشر للسرد، ونسبة **77,77%** وتكرار بلغ **21** مؤشر للافتخار ونسبة **91,52%** وتكرار بلغ **54** مؤشر للاستدلال ونسبة **57,5%** وتكرار بلغ **23** مؤشر للتبرير ونسبة **17,91%** وتكرار بلغ **62** مؤشر للضمانات يليه في المرتبة الثانية موضوع "الانتخابات الرئاسية" الذي برز فيه أسلوب السرد بنسبة **07,40%** وتكرار بلغ **04** مؤشرات للسرد ونسبة **22,22%** وتكرار بلغ **06** مؤشرات للافتخار ونسبة **08,47%** وتكرار بلغ **05** مؤشرات للاستدلال ونسبة **42,5%** وتكرار بلغ **17** مؤشر للتبرير

ونسبة **08،82%** وتكرار بلغ **06** مؤشرات للضمانات، في حين احتل المرتبة الأولى وبأعلى نسبة في تناوله لأسلوب التأكيد ب: **89،28%** وتكرار بلغ **25** مؤشر للتأكيد مقارنة مع موضوع " انجازات الرئيس " الذي برز فيه أسلوب التأكيد بنسبة قدرت ب: **10،71%** وتكرار بلغ **03** مؤشرات للتأكيد.

2. من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أن موضوع " الانتخابات الرئاسية " برز فيه أسلوب التأكيد بأعلى نسبة مقارنة مع موضوع " انجازات الرئيس " وذلك لأن رئيس الجمهورية كان بصدد الحديث عن حدث بالغ الأهمية حيث عمد إلى التأكيد بقوة على مشاركة الشعب التي اعتبرها واجب أكثر منه حق وليؤكد على مسؤولية الشعب في قيادة عملية التجديد والتشبيد والبناء، في حين برزت أساليب الإقناع المتمثلة في السرد، الافتخار الاستدلال،التبرير،والضمانات بنسب عالية جدا في موضوع " انجازات الرئيس " ذلك لأن الرئيس كان بصدد التذكير بما قدمه من مجهودات مستدلا بالمشاريع التنموية مستخدما التبرير كآلية لتعليل الفشل والإحباط في بعض المشاريع، كما وظف أسلوب الضمانات وذلك حتى يثبت للشعب ثقته بنفسه وقدرته على مواصلة المسيرة الرئاسية رغم ظروفه الصحية وقد ترجم هذا فيما قدمه من عروض وامتيازات وكفالات للعهد الجديدة.

النتائج العامة للدراسة

بعد تحليلنا لرسائل رئيس الجمهورية السيد " عبد العزيز بوتفليقة" والتي جاءت تزامنا مع الانتخابات الرئاسية 2014 بهدف الكشف عن آليات الإقناع الموظفة في الخطابات السياسية والتعرف عن الأبعاد التي يحملها الخطاب السياسي باستخدام تحليل المضمون استنتجنا مايلي:

تناول رئيس الجمهورية في رسائله الخطابية مواضيع تتدرج كلها في سياق هدف واحد وهو الدعوة إلى المشاركة السياسية بقوة في رئاسيات أفريل 2014، حيث ركز على موضوع الانتخابات الرئاسية لدفع الشعب كافة للاختيار الحر والأنسب يوم الاقتراع ، كما أكد في العديد من المناسبات على الثقة الكبيرة التي منحها الشعب له بانتخابه للمرة الرابعة على التوالي رغم الظروف الصحية، مشيرا في ذلك إلى خصال الشعب الجزائري التي وظفها كميكانيزم للإقناع . ومن المواضيع التي تطرق لها الرئيس بشكل كثيف هو موضوع انجازاته خلال عهده السابقة والذي عرض فيه أهم المشاريع والمكاسب المحققة مستخدما في ذلك أسلوب السرد والاستدلال و الافتخار، مدعما فشل بعض المشاريع بأسلوب التبرير لتعليل الأسباب التي وقفت عائقا أمام تحقيق الأهداف المرجوة وقد عمد لهذه الأساليب بهدف الإقناع.

كما تطرق الرئيس في رسائله الخطابية التي وجهها للشعب الجزائري إلى الحديث عن برنامجه الانتخابي الخاص برئاسيات 2014 والذي عرض فيه جملة من المشاريع المستقبلية الخاصة بالعهد الرابع والتي مست الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مركزا على الإصلاحات في المجال السياسي والاجتماعي بكثرة، وهذا ما يبرز اهتمام الرئيس في برنامج حملته الانتخابية بالتغيير السياسي و الاجتماعي أكثر من الاقتصادي.

وقد تطرق الرئيس أيضا إلى جملة من الأفكار التي جاءت مؤيدة للقيم السياسية بكثرة وهذا يرجع لطبيعة الخطابات وهي خطابات سياسية تصادف مناسبة سياسية وهي الانتخابات الرئاسية، كما تطرق الرئيس إلى القيم الاقتصادية و القيم الثقافية والتاريخية ذلك لأن الخطاب يرتبط ارتباطا وثيقا بكل ما هو تاريخي ويتفاعل معه كما يرتبط بالأحداث الاجتماعية لذلك

حملت رسائل الرئيس قيم اجتماعية والتي وظفها كآليات للإقناع وفي نفس الوقت لتدعيم الهدف السياسي من الخطابات وهو المشاركة السياسية الواسعة للشعب.

تضمنت رسائل الرئيس الخطابية أبعاد عديدة ترجمت في جملة من الأهداف المرجوة من الخطابات والتي كان أبرزها الأهداف السياسية التي أراد بها الرئيس التوعية السياسية بالدرجة الأولى بأهمية الحدث الرئاسي أفريل 2014 كعملية ضرورية من أجل البناء و التشييد، ومن أجل التغيير و التجديد على كافة المستويات مركزا على النطاق السياسي.

كما وظف الرئيس أهداف أخرى في رسائله الخطابية كالأهداف الاجتماعية وذلك بغرض توعية الشعب بالمسؤولية تجاه الحدث الانتخابي مستعينا بالأهداف الاقتصادية وكل هذه الأهداف جاءت كتدعيم للهدف الرئيسي من الخطابات وهو الهدف السياسي المتمثل في المشاركة المكثفة في الاقتراع.

من خلال تحليلنا لرسائل الرئيس استنتجنا أن الرئيس وظف العديد من الأساليب الإقناعية التي يعتمدها الرجل السياسي لنقل أفكاره بهدف الوصول إلى الجمهور المتلقي وقد اعتمدها الرئيس كآلية وميكانيزم إقناع قوي، حيث وظف أسلوب الضمانات الذي برز في رسائله بشكل كبير وبقدر من الأهمية وقد لجأ إليه الرئيس لأنه كان بصدد الحديث عن مشاريع حملته الانتخابية للعهد الرابع حيث استعمله كاستمالة لتقديم الوعود والكفالات والرخص ومختلف العروض التي تضمن ما جاء في خطاباته من أفكار.

وقد استعان كذلك بأسلوب آخر بالغ الأهمية وهو أسلوب الاستدلال الذي حاز على نسبة معتبرة في رسائله، وقد وظفه كآلية لتدعيم الفكرة الأساسية للخطاب مستندا إلى أسباب وأمثلة تطبيقية واستنتاجات منطقية، كما وظف الرئيس أسلوب آخر وهو أسلوب السرد من خلال سرده لوقائع وأحداث نابعة من التاريخ وحقائق حديثة وقديمة دولية ومحلية والتي لها صلة بموضوع الخطاب وقد استعمله كعامل أساسي للإقناع في رسائله، ليوظف كذلك أسلوب إقناعي آخر لا يقل أهمية عما سبقه وهو أسلوب التبرير والذي استعان به لتعليل الإحباط والفشل في بعض

المواقف بتقديمه لحجج تدعم أفكاره وهنا يدخل التبرير في إطار المغالطات والتي تعتمد على الحجة المشوشة واللجوء إلى التبرير بأساليب ظاهرها عقلاني ولكن باطنها انفعالي.

تطرق الرئيس كذلك إلى أسلوب آخر وهو أسلوب التأكيد الذي كرر فيه مرارا إصراره على المشاركة الواسعة لكافة فئات الشعب مؤكدا ذلك في عدة مناسبات بتبنيه لأفكار فيها دعوة لفعل سياسي أغلبها كانت مؤيدة للانتخابات مؤكدا على ما يحمله حدث الانتخاب الرئاسي من مسؤولية تخص الشعب بالدرجة الأولى.

بالإضافة إلى هذا وظف الرئيس في رسائله الخطابية أسلوب الافتخار الذي استعان به لدعم أفكاره من خلال افتخاره بالذات لتبيان الثقة بالنفس و القدرة على العمل برغم الظروف وافتخاره كذلك بالشعب الجزائري وبيطولاته الثورية من جهة وبالعنصر النسوي ومساهمة المرأة في دفع عجلة التنمية الوطنية من جهة أخرى، كما افتخر الرئيس في الكثير من الأحيان بالماضي النضالي والكفاحي للجزائر وبهذا يتضح لنا أن رئيس الجمهورية وظف في رسائله الخطابية أقوى الأساليب الإقناعية التي يركز عليها الخطاب السياسي كميكانيزم وآلية للإقناع، مستعينا في ذلك على ذكر جملة من القيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي ترمي للعديد من الأبعاد والأهداف والتي اندرجت كلها في سياق هدف سياسي وأساسي للخطابات وهو المشاركة المكثفة في الانتخابات الرئاسية.

الخاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا التي تناولنا فيها آليات الإقناع في الخطابة السياسية الجزائرية وبالتحديد تحليل محتوى رسائل الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، أصبح واضحا وجليا أن الرسائل الخطابية التي وجهها الرئيس إلى الشعب الجزائري، تحمل في طياتها ما يعبر عن مصالح الشرائح الاجتماعية، كما اتضح أن الرئيس وفق إلى حد كبير في استخدامه لأساليب الإقناع وفق ما يخدم مناسبة الخطاب، حيث اعتمد على استمالة العقل من خلال تقديمه لحجج منطقية مستمدة من الواقع، إضافة إلى إثارة الجوانب العاطفية للتأثير على الجماهير.

كما لمسنا من خلال دراستنا أن الرئيس نوع في طرح المواضيع من سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية وتاريخية وذلك بهدف تعزيز وتدعيم هدفه السياسي ومن خلال دراستنا أيضا حاولنا التعرف على نوعية وطبيعة الخطابات السياسية الجزائرية ومدى توافقها مع الواقع الاجتماعي الجزائري، وكيفية مساهمتها في إحداث التغيير على كافة المستويات.

كما حاولنا البحث عن الكيفية التي يستعين بها الرجل السياسي للوصول إلى إقناع الجمهور بمختلف الأفكار والقيم التي يتضمنها الخطاب لاسيما في ظل الظروف التي وجه فيها الرئيس رسائله الخطابية والتي جاءت في ظل صعوبات صحية منعتة من مخاطبة الشعب بشكل مباشر، حيث عمد إلى تدعيم رسائله بلغة قوية ومؤثرة مستندا إلى التنوع في مختلف الأساليب الإقناعية من أجل التأثير على الرأي العام خصوصا أمام الحدث البالغ الأهمية وهو الانتخابات الرئاسية الذي اعتبره رهانا مصيريا في حياة الشعب الجزائري وخطوة بالغة الأهمية في إحداث التغيير والتجديد على كافة المستويات من أجل بناء غد أفضل.

الملاحق

جاءت رسالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة التي وجهها عشية انطلاق الحملة الانتخابية لرناسيات أفريل 2014، لتفتح الباب أمام عدة قراءات وتحليلات تعلقت بفحواها وتوقيتها، إضافة إلى طريقة إيصالها إلى الشعب، حيث أن الرئيس عمد إلى إرسالها مباشرة لمؤسسة التلفزيون العمومي، على غير عادة الرسائل الماضية التي قرأها نيابة عنه شخصيات في الدولة، وهو ما يراها مختصون رغبة من الرئيس في مخاطبة الشعب دون وسائط، وأن ما جاء في الرسالة موجه لعامة الشعب، كما أنها تجاوب مع الانتقادات التي وجهت إلى حديث مسؤولين في الحكومة باسم الرئيس المترشح، مثلما حدث مع سلال حين أعلن ترشحه .

نص رسالة الرئيس بوتفليقة إلى الشعب الجزائري

وجه مساء أول أمس، الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، رسالة إلى الشعب الجزائري بمناسبة الانتخابات الرئاسية ليوم 17 أفريل المقبل، وهذا نصها الكامل:

''السيدات الفضليات، السادة الأفاضل..

الآن وأنتم تعلمون أنني ترشحت للانتخاب الرئاسية المقبلة، لابد لي أن أفضي لكم بكل الدواعي الموضوعية والذاتية التي حملتني على طلب ثقتكم الغالية من جديد. ما من أحد منكم يجهل أنني قضيت سحابة عمري في خدمة بلادي الجزائر من دون سواها من الغايات. وجعلت من قضيتها غاية حياتي ومماتي وعلّة وجودي. لقد رأيتها تكابد ويلات الاحتلال الاستيطاني البغيض ورأيتها تقاوم ورأيتها تنشد سبل الخلاص، ورأيتها تستجمع قواها المنهكة وعزيمتها الوقادة العظيمة لتخوض غمار كفاحها التحرري وتنتزع أخيرا النصر المبين بأداء أعلى الأثمان. وإنني لأعتز بكوني عزمت على بذل دمي، بل روحي، في خضم ذلكم الكفاح، لكن البارئ جل وعلا أبى إلا أن يكتب لي البقاء وأن يؤول لي شرف ما فوقه شرف، شرف مواصلة المسيرة خادما لوطني، إثر ظفره بالانعتاق التام من نير الاستعمار الغاشم.

منذ ذلك، رأيت الجزائر تتقدم رويدا رويدا على درب التطور والازدهار . رأيتها تتحول وتخطو خطى ثابتة نحو المكائنة التي هي أهل لتبونها في حظيرة الأمم. لقد قاسمتها مسراتها وانتصاراتها كما قاسمتها أوجاعها وكبواتها . واكتسبت من مساري الطويل في خدمتها تجربة ما كان يحق لي أن أبخل بتسخيرها لها على رأس الدولة، منذ 1999 إلى يوم الناس هذا.

يجوز لي وبحق أن أحدث بآلاء ربي على ما حباني به من فضل العمل على حقن دماء أبناء الجزائر وعلى إصدار وتطبيق قانون الونام المدني وصولا إلى ميثاق السلم والمصالحة الوطنية. ما كان لهذه الإنجازات أن تتحقق لولا تلك الإرادة الفعالة التي أبادها الشعب الجزائري عن بكرة أبيه، إذ بارك وآزر ذلكم المسعى الخير الذي تحقق به إصلاح ذات البين ورفو اللحمة الوطنية وإعادة استقرار البلاد.

وقد تأتي بفضل عودة السلم والتخلص من وزر المديونية الخارجية الجزائرية الذي انقض كاهل شعبنا وأوهى شوكته وأذاقه الأمرين، أقول تأتي إطلاق وإنجاز برامج تنموية متعددة القطاعات على امتداد التراب الوطني. وأتاح ذلك للسواد الأعظم من المواطنين التمتع بظروف معيشة أفضل من ذي قبل. من جهتها ساهمت الإصلاحات بأوجهها المتعددة في استيفاء بلادنا للشروط القمينة بتعزيز أسس ديمقراطية تعددية حقّة وعدالة اجتماعية أوفى، من خلال توزيع ثمار التنمية بالقسطاس وإنشاء مناصب شغل للشباب وإنجاز برامج لإسكان عائلات كابدت طويلا ويلات السكن غير اللائق، وتطوير المنشآت القاعدية الاستشفائية أيما تطوير وتعزيز قطاعي التربية الوطنية والتعليم العالي.

وإذ استعادت بلادنا مكانتها المشروعة في حظيرة الأمم فإنها تمكنت من تمتين علاقاتها الدولية وتنويعها، وساهمت بما في وسعها في تعزيز السلم والأمن في العالم.

السيدات الفضليات، السادة الأفاضل

لقد أثبتت حصيلات عهداتي الرئاسية المتتالية في كل مرة، أن الثقة التي شرفنتي بها أغلبية الجزائريين والجزائريين أصابت موضعها، إلا أن ذلك لا يخول لي بتاتا الانسياق إلى الرضا عن النفس. فهناك الكثير الكثير مما ينتظر الاضطلاع به لكي نؤمن لكافة فئات بلادنا الاجتماعية ما يحق لها من الشغل والأمن، ولياقة البيئة والعلاج ومستقبل الأبناء. والأشواط الكبيرة التي قطعناها صوب الرقي لن توتي أكلها إلا بالمزيد من الجهود المكثفة، المخصصة الواعية من قبل الأمة كلها موحدة ومتضامنة.

إن جزائر جديدة قد خرجت إلى النور وسيشتد عودها وتزهر ويحين قطافها إذا لم يحدث لا قدر الله ما يعطل مسيرتها وإذا التزمت قواها الحية، بإصرار ومثابرة، بآمال روح المواطنة الصادقة المخلصة وتوظيف الكفاءات كل في وضعها، وبذل العطاء السخي والتحلي باليقظة والرغبة العميقة فيما هو أفضل وبعزم يصدقه العمل على السمو وبلوغ المعالي.

إن مسيرة التغيير التي أرادني مجتمعنا حاديا لها قد انطلقت. ومسار الإصلاحات الجاري عندما يبلغ مبلغه، سيجعل من هذا التغيير واقعا ملموسا ويعطيه تمام معناه، ويعززه بانسجام مؤسساتي أوفى وعمل عمومي أكثر تنسيقا وتحديدا أولويات جديدة محكمة الترتيب، بما يحدث القطيعة مع ممارسات ثبت خلوها من الجدوى.

السيدات الفضليات، السادة الأفاضل

عديون أنتم الذين ناشدتموني مواصلة قيادة مسعى التقويم الوطني الذي قطعناه في ظلّه أشواط بعيدة منذ أن استلمت الحكم في بلادنا عام 1999. إن الصعوبات الناجمة عن حالة صحتي البدنية الراهنة لم تتنكم على ما يبدو عن الإصرار على تطويقي بثقتكم وأراكم أبيتكم إعفائي من أعباء تلك المسؤوليات الجليلة التي قوضت ما قوضت من قدراتي. وأمعنتم في إلحاحكم على أن أبذل بقية ما تبقى لدي من قوة في استكمال إنجاز البرنامج الذي انتخبتموني من أجله المرة تلو الأخرى.

لقد تلقيت ببالغ التأثر وبعميق الشعور بثقل وخطورة المسؤولية تلك النداءات الموجهة إلى من قبل المواطنين والمواطنات والمجتمع المدني، والتشكيلات السياسية والهيئات النقابية والمنظمات الجماهيرية التي دعنتي إلى الترشح للانتخاب الرئاسي المقبل. وأنه لمن واجبي من منطلق احترامي الدائم للشعب الجزائري الذي شرفني وحباني بخدمته طيلة ثلاث عهديات أن ألبى النداء، وهذا من حيث إنني لم أتملص قط طوال حياتي من أي واجب من واجبات خدمة وطني. ويعز علي ألا أستجيب لندائكم. من ثمة، قررت حتى لا أخيب رجاءكم، الترشح للانتخاب الرئاسية المقررة في 17 أفريل 2014 وتسخير كل طاقتي لتحقيق ما تأملونه.

في السياق الجيوسياسي الذي يكتنف بلادنا، ليس لدي من ظموح إلا وقايتها من الأخطار وصونها من التهديدات التي قد تربك استكمال تنميتها الشاملة. سأنهض بذلك بتمام ما جبلت عليه من إخلاص وطني ووفاء لقيم ثورة أول نوفمبر 1954 المجيدة ومثلها السامية.

السيدات الفضليات، السادة الأفاضل

إنني سأندر العهدة الجديدة التي تريدون إلقاءها على عاتقي، لحماية بلادنا من التحرشات الداخلية والخارجية الداهمة ومن تلك المحتملة بكافة أشكالها، وإشاعة السكينة في مجتمعنا الذي هو أحوج ما يكون إلى حشد طاقاته لتحقيق فتوحات جديدة بعيدا عن الحزازات العميقة وضروب الشنآن والتناحر التي لا يرجى منها خير.

إن ما يثار ويحرك من نعرات الانقسام ليس سوى أداة لإنهاك بلادنا، وإضعاف قدرتها على مغالبة التحديات العاجلة والرهانات المعضلة. إن مجتمعنا في غنى عن الإيديولوجيات البالية المتنافية مع التطور. وأنا لا أحسبكم إلا طرفا فاعلا في التحول الذي يتعين علينا أن نحدثه سويا بجهود يتساوى في بذلها الجميع. سنتصدى لكافة أشكال الأنانية والأثرة التي تقوض أواصر التعايش والتواد بمشروع مجتمع قوامه التكافل والإيثار. وأفضل سبيل لتغيير ما بنا هو تغيير ما بالنفوس من موبقات الجشع المادي، وهو تجند الجميع حقا وصدقا في سبيل إمداد بلادنا بكافة أسباب الزهو والافتخار بحق أمام العالم.

إنني إذ قبلت تلبية هذا الطلب الذي يشرفني أيما تشريف، عقدت العزم على إيجاد الظروف لتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية وللنهوض بتجدد سياسي توافقي مع جميع الفاعلين السياسيين، بحيث يستشعر كل جزائري وكل جزائرية ويلمس في واقعه اليومي، ما تعيشه الأمة من ديمقراطية حقيقية جليلة، من خلال تكريس حقوق الإنسان في جميع مناحي

النشاط وضبط التوازن بين السلطات لتمكين مختلف المؤسسات من العمل على الدوام في كنف مراعاة دولة الحق والقانون.

إن الجهود التي بذلت إلى غاية اليوم تقتضي منا أن نصل بها بمساعدة جميع الفاعلين السياسيين في الوطن، إلى بناء صرح مؤسساتي مجدد يتساوق وما تنتظره جزائر اليوم. فها أنا ذا أقبل من جديد على خدمة الوطن وأنا أقدر ما تنطوي عليه هذه المهمة العمومية من مسؤوليات، حق قدرها، إلا أنني على يقين من أنه لا بد من تسخير التجربة التي حظيت باكتسابها في تدبير شؤون الدولة لخدمة الجزائر.

وفي حال ما إذا جدد لي الشعب الجزائري ثقته فإنني أتعهد بأنني سأسعى مع كافة الفاعلين الممثلين لسانر أطياف المجتمع، إلى إيجاد الظروف السياسية والمؤسسية التي تتيح بناء نموذج من الحكامة يتجاوب وتطلعات شعبنا وآماله . وسيتجسد نموذج الحكامة هذا عبر مراجعة للدستور نشرع في إجرائها في غضون السنة الجارية.

إن المسعى هذا يستجيب لتطلعات الشباب إلى استلام المشعل، في محيط يسوده الاستقرار والعدالة الاجتماعية والإنصاف والاحترام الواجب لكل واحدة وواحد من مواطني جزائرنا هذه.

السيدات الفضليات، السادة الأفاضل

سيكون الانتخاب الرئاسي المقبل بفضل خياركم الحر والمتبصر إيذانا بإطلاق دينامية الانتقال إلى مجتمع جديد، مجتمع خال من كل الممارسات والسلوكات المضرة. والترشح الذي توخيتموه مني سيندرج كلية في خدمة الصالح العام، وسينأى تماما عن الضغائن الشخصية والخصومات الحزبية، وأريد له أن يكون عقدا جديدا يوثق للثغاني في خدمة الجزائريين قاطبة وبلا تمييز. إن ما يحدونني ليس سوى الرغبة في توجيه ما سيبذله الجزائريات والجزائريون من جهد جماعي في سبيل مواصلة النهوض بورشة مترامية الأطراف، ورشة بناء جزائر جديدة متوثبة نحو المستقبل الرغيد. وحرصا مني على استيفاء مقتضيات هذه الورشة أتمس مساندة كل من يأتي من الجزائريات والجزائريين، استمرار قصور بلادنا دون بلوغ مرق أعلى من التقدم والازدهار. إنني أناشد كافة الذين يعلمون أنه لم يعد جائزا لنا التنصل من فريضة التزام الحزم والجدية في كل ما نباشره من أعمال. إنني أناشد النساء والرجال الذين يأبون الاستسلام للتسيب والكسل.

السيدات الفضليات، السادة الأفاضل

إنني ونحن على أيام قبل الموعد الهام المضروب لنا في 17 أبريل المقبل، أترك لكل الجزائريات ولكل الجزائريين أن يقيموا، وفق ضميرهم، ما تم قطعه من أشواط وما تم تسجيله من مكاسب. أرجو أن يكون التنافس الانتخابي بين المترشحين شريفا وهادئا، أن يكون تنافسا يسوده التباري بالأفكار والبرامج، بحيث يتأتى للناخبين إرساء اختيارهم على الأفضل.

إنني أهيب بجميع الجزائريات والجزائريين أن يولوا هذا الحدث الوطني ما يستحقه من الأهمية، لأنهم أصحاب القرار أولا وأخيرا، ولأنه قرار يتوقف عليه مصيرهم ومصير أبنائهم من بعدهم ومصير الوطن برمته. إنني كلي أمل في أن يكون الانتخاب الرئاسي القادم البرهان الملموس الذي يعبر به أبناء الوطن عن اختيارهم ويقولون كلمتهم بذات الحزم وبذلكم الإقبال، وبذلك الروح التي دفعت الجزائريات والجزائريين، في يوليو 1962، إلى اكتساح مكاتب الاقتراع وممارسة حقهم في تقرير المصير، وكأني بهم يؤكدون أن الساعة اليوم كذلك ساعة قرار وحسم.

إنه ليحدوني اليقين من أن الناخبات والناخبين سيوقفون، بفضل نضجهم وتبصرهم، في التفريق بين الوعود الصادقة والوعود الكاذبة وبين الإخلاص الصادق والإخلاص المزيف، وبين التزام ملموس بخدمة الوطن وتشدق لا طائل وراءه لمحاولة النصب على الشعب الذي سيختار، في نهاية المطاف، بكل سيادة الرئيس الأنسب له والبرامج الذي يروقه.

فانضم الصفوف ولنتجند من أجل تغيير حاضرنا دوما بما هو أفضل، ومن أجل بناء مستقبلنا ومستقبل أجيالنا الآتية.
لنختر، سويا، البلد الذي نصبو إليه، البلد الذي سيهنا لنا العيش فيه. لنشيد، معا، البلد الذي كان حلم شهداء ثورة نوفمبر
الأبرار. ولنشيد، معا، الجزائر الجديدة.

ونحن نحتفل بعيد النصر، لا يفوتني، ختاماً أن أترحم على شهدائنا الأبرار وعلى جميع من افتدوا هذا الوطن الغالي
بأرواحهم من يوم النصر إلى يوم الناس هذا، ولهم جميعاً أسأل حسن المقام بجوار رب رؤوف رحيم.

المجد والخلود لشهدائنا الأبرار. تحيا الجزائر."

رسالة رئيس الجمهورية بمناسبة اليوم العالمي للمرأة

السبت, 08 مارس 2014 15:21 آخر تحديث: السبت, 08 مارس 2014 15:23

وجه رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة هذا السبت (08 مارس) 2014 رسالة بمناسبة اليوم العالمي للمرأة، فيما يلي نصها الكامل :

"بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وعلى آله وصحبه إلى يوم الدين
أخواتي الفضليات

ككل عام، يتيح لي الاحتفال باليوم العالمي للمرأة فرصة مشاركتكن وقفة التنويه والإشادة بنضالكن الطويل في سبيل ترقية وضعيتكن، واستحضار ذكرى كافة النساء اللواتي أسهمن، بالتزامهن وتضحياتهن، في انتزاع استقلال الجزائر. من خلال هذا اليوم تتموقع ضمن عالمية التزاماتنا الدولية، وهو مناسبة نغنمها، كل عام، لتقويم ما قطعناه من أشواط وتعزيز ما سجلناه من مكاسب والقيام سويا بتصور غد أفضل للنساء الجزائريات

إننا نحتفل بالثامن مارس، هذا العام، عشية استحقاق انتخابي هام بالنسبة لبلدنا، في محيط جهوي تسوده الاضطرابات ويسمه التوجس والريبة. وسيتعين على كل جزائرية وجزائري وفق ما يحده من قناعات وبكل استقلالية، اختيار الشخص الذي ستؤول إليه قيادة الجزائر، امرأة كانت أم رجلا

إن الحق في الانتخاب كان من بين بواكير الحقوق التي كرسها الدستور وهو واجب أكثر منه حق. وكان أول واجب تمليه ممارسة المواطنة. لقد رافقت الإرادة السياسية، على الدوام، هذا الالتزام المواطني للنساء الجزائريات بالانضمام إلى المعاهدات الدولية والتصديق عليها، وبرفع التحفظات تدريجيا في مجال حماية المرأة ودورها في سائر الميادين. ومن منطلق هذه الروح بالذات، تم تعديل قانون الأسرة، و قانون الجنسية، و قانون العقوبات، وتم إصدار القانون العضوي المتضمن تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، بما مكن من تحقيق تجانس عدتنا التشريعية الوطنية، وإدراجها ضمن الإطار المرجعي الذي يحكمها ألا وهو عدم التمييز. ولا مندوحة بهذا الصدد من إبراز وتأكيد حرص بلادنا على توخي احترام المساواة الدستورية بين المرأة والرجل إلى أبعد الحدود

وفي المقام هذا، أعود وأذكر بالنصوص الهامة التي تمت المصادقة عليها منذ فترة وجيزة لصالح المرأة، والتي تشرف بلادنا أيما تشريف. ويتعلق الأمر بمراجعة الدستور في 2008 وقانون الانتخابات في 2011 اللذين تمكنت المرأة بفضلهما من حيازة ثلث المقاعد في المجلس الشعبي الوطني. وهذا، لعمرى، مكسب عظيم، وتكريس لذلك التوازن الذي

يتعين على الدوام بلوغه، ألا وهو التعايش التام بين الحقوق، حقوق الرجل وحقوق المرأة. إنه لمن الأهمية بمكان إحداث دينامية تشجع بروز المرأة في غير مواقعها التقليدية والسعي لتعزيزها لدى الرأي العام. ذلك أن تطور الذهنيات عامل حاسم في ترقية المرأة، وكل فعل رمزي يسهم في هذا التطور ينبغي اغتنامه وتحين فرصته وهذا حيث إن المساواة التي تقرها النصوص ينبغي أن تردها مساواة فعلية في الميدان. لقد باتت المرأة البرلمانية تسهم، بفضل تنوع تجربتها، في إثراء العدة القانونية المتوخية تعزيز التلاحم الاجتماعي عامة، وتشجيع ترقية حقوق المرأة خاصة

وعلى مستوى المجالس المحلية، يعطي حضور المرأة قيمة مضافة لتنفيذ السياسات التنموية المحلية. ويشكل انخراطها في الأعمال الرامية إلى تمكين المرأة الريفية من التغلب على الأمية، والاستفادة من القروض والعلاج، فضلا عن مجاورتها الساكنة، أقول يشكل عربونا لنجاح هذه السياسات. أما على مستوى الحكومة، فإن المرأة تضفي مزيدا من البراعة على نشاط الجهاز التنفيذي وتسهم، بما يميزها من رهافة الحس، في صياغة استراتيجيات الإدماج الاجتماعي وتنفيذها

إن هذا الحضور يترك بصمته، بفعل وقعه وتأثيره، في الرأي العام الوطني ويجذر في السلوكات إشتراك المرأة في الحياة

السياسية والاقتصادية كأمر لا غنى عنه. وهو فعل تربوي ذو نوعية بالنسبة لمجتمعنا عموماً، وبالنسبة للصغار من بناتنا وأبنائنا خصوصاً. فبالعودة على مشاهدة المرأة تتبوأ مناصب التسيير، والتقنين والقيادة، تتماهى فتياتنا مع هذه الأدوار وينخرطن بسهولة أكبر في تشييد البلاد. كما يشب فتياننا المتعودون على رؤية المرأة في مواقع القيادة فلا يجدون غضاضة ولا عقدة في تقاسم السلطة مع المرأة

لقد توسع الحضور النسوي، بعد التعليم، والصحة والإدارة، بفضل إصرار المرأة ومرافقتها إياها بالإرادة السياسية ليشمل قطاعات أخرى. وكان يحدونا، على الدوام، الحرص على احترام مبدأ عدم التمييز بين المرأة والرجل من خلال تكريسه في نصوصنا، وسياستنا وأفعالنا. لكن، تبقى هنا وهناك، بعض مظاهر المقاومة التي نحن مسؤولين عنها مسؤولية جماعية، والتي ينبغي معالجتها بالتربية والتواصل والحوار والوساطة ولكن بالقسر أحياناً. تخطر بخدي، اليوم الفئة الأضعف منكن، التي تقع، في مرحلة من مراحل حياتها، ضحية للإعاقة، أو الطلاق أو العنف أو الإقصاء إن مجتمعنا مازال، بحمد الله، مجتمعاً متضامناً ووفياً بحق لفضائل التآزر والتكافل ولكن، إذا ما غابت المرافقة الأسرية أو الزوجية أو الاجتماعية فإن واجب التضامن يملى على الدولة التدخل. فذلكم هو دورها ومهمتها ومسؤوليتها. لقد مكن قانون الأسرة، المعدل في 2005، من إدخال المزيد من المساواة بين الزوجين، وتحقيق الحماية الأفضل للأطفال الفُصّر وتعزيز جانب التماسك الأسري. لكنه، يبقى مع ذلك، قابلاً للتحسين في بعض الجوانب المادية من مثل الصعوبات التي تواجهها المرأة الطالق الحاضن في تحصيل النفقة الواجبة لإعالة الأطفال المحضونين. ورفض الوالد دفع هذه النفقة أو عجزه عن ذلك مساس بكرامة المرأة وبالحقوق الأساس للأطفال، و يستدعي حلولا تكون في مستوى الدولة المتضامنة. في هذا الشأن أمر الحكومة بإعمال التفكير في إمكانية إنشاء صندوق خاص بالنساء المطلقات الحاضنات لأطفال قصر ممن يواجهن مثل هذه المشاكل

أما العنف المرتكب في حق المرأة، فهو ظاهرة ما فتئت تتوسع. وهو ناجم، في الغالب، عن تفكك الروابط الأسرية والاجتماعية. وإنه لوضع لا يمكن القبول به، فلا بد من إيجاد الآليات المناسبة للتصدي له بفعالية. إن النقاش حول هذا الموضوع قد تمت مباشرته بين المؤسسات المعنية وجمعيات النساء المعرضات لهذا الواقع المر اللاني أشيد، في هذا المقام، بتجدهن المواطني. إن قيام وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة بتنصيب لجنة لمتابعة وتنفيذ استراتيجية محاربة العنف ضد المرأة، التي صادقت عليها الحكومة سنة 2007، هو جزء من هذه المسؤولية التي تتقاسمها الدولة والأسرة والمجتمع المدني

وأنا أطلب من وزير العدل أن يشرع، تحت إشرافه، في تنفيذ توصيات هذه اللجنة، إما بتشييد الأحكام الجزائية وإما بسن قانون، بما يمكن من إتمام العدة القانونية الخاصة بحماية المرأة التي تم الشروع فيها سنة 2004 بتشييد أحكام قانون العقوبات الخاصة بالتحرش في أماكن العمل. لقد شجعنا، على الدوام، المرأة على أن ترمي أكثر بثقلها في القطاع الاقتصادي، ولا يسعنا إلا الإشادة بحضورها المتنامي في عالم المقاولات

ويودي، أن أشيد في هذه المناسبة، بالمصادقة على ميثاق المرأة العاملة بمناسبة اللقاء المنظم حول عمل المرأة، قبل أيام قليلة، بمشاركة وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة، ووزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي والجمعيات والشركاء الاجتماعيين. إن هذا النص، من حيث هو تتويج لمسعى جماعي وتوافقي، سيسهم في تعزيز مشاركة المرأة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد

إن المجتمع الجزائري والأسرة والمرأة يعيشون في عالم يتحول باستمرار، تنتقل فيه الأفكار و الصور والأنماط المجتمعية بسرعة تثير حتما مسائل مجتمعية. ومن ثمة، يتعين علينا متابعة اتجاه هذه التغييرات ومغزاها وفهم رسائلها والتعامل معها بذكاء مصداقاً لالتزاماتنا الدولية ووفقاً لخصوصياتنا. إن تدشين المركز الوطني للدراسات والإعلام والتوثيق الخاص بالأسرة والمرأة والطفل، سنة 2013، يسهم، إلى جانب المجلس الوطني للأسرة والمرأة، الذي تم تنصيبه سنة 2006،

في مهمة التنوير هذه، وتسهيل اتخاذ القرار. هذا، وأهيب بهاتين الهيئتين أن تُواصلوا هذه المهمة لفائدة مجتمعنا،
توخياً لتأمين انفتاح أوسع على الحداثة وتلاحم اجتماعي أكبر. تلكم هي بعض الأفكار التي حرصت على مشاركتكم
إياها. وإن الطريق ما يزال طويلاً. وإنكم على موعد مع تحديات أخرى. فلا تغفلن عما يصلكن من إشارات حتى يتسنى
لكنّ العمل، يداً واحدة، مع ذوي الإرادات الخيرة الذي يجعلونكم، دوماً، وهذه البلاد في السويداء من القلب.

النص الكامل لرسالة الرئيس بوتفليقة بمناسبة يوم العلم
الجزائر سباقاً في خوض تجربة ديمقراطية تعددية
المساء نشر في المساء يوم 14 - 04 - 2012

وجه رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة رسالة بمناسبة يوم العلم المصادف ل 16 أفريل.
فيما يلي نصها :

"أيتها السيدات الفضليات
أيها السادة الأفاضل

إن مناسبة 16 أفريل التي نحييها اليوم تهل علينا والجزائر بصدد تعميق المسار الديمقراطي وتستعد للاحتفال بخمسينية استقلالها.

لقد سعت الجزائر حال استرجاع سيادتها إلى استدراك التأخر المتراكم طول الحقبة الاستعمارية بجعل التربية والتعليم والمعارف أولوية من أولوياتها. فكانت ديمقراطية التعليم ومجانيته وتطوير المنشآت القاعدية للتكوين والبحث عبر التراب الوطني من المحاور ذات الأولوية في السياسات الاستثمارية خلال العقدين الفارطين. ولتأمين ما يكفي من التأطير النوعي جعلت الدولة وفرّة المعلمين وتكوينهم انشغالا من انشغالاتها الهامة.

إن الاحتفال بهذا اليوم مناسبة للأمة لقياس الأشواط التي قطعتها ولتكريم جميع النساء والرجال الذين أمّنوا بفضل شجاعتهم وعزمهم وكرانهم للذات الدخول الجامعي والمدرسي لسنة 1962 وما زالوا يواصلون مهمتهم النبيلة في تبليغ العلم وفي النهوض بالتكوين.

لقد تم على نطاق واسع سد العجز الذي خلفته مائة واثنان وثلاثون (132) سنة من الاستعمار. ومنحت المجانية والحق المكفول في التكوين لكافة الجزائريين والجزائريات الفرصة لبلوغ أعلى درجات التأهيل والكفاءة والاضطلاع بمهمة تأطير البلاد بكل جدارة.

أما مواطنونا الذين قرروا الاستقرار في الخارج فإن اندماجهم في البلدان التي استقبلتهم واعترافها بكفاءاتهم مبعث افتخار للذين تولوا تعليمهم واعتزاز للأمة جمعاء. ولا بد في هذا المقام من الإشادة بتعلقهم بموطنهم الأصلي وباستجابتهم له كلما دعت الحاجة إليهم.

لئن كانت التقديرات التي تصدرها مؤسسات التقييم الدولية حول أداء منظومة التكوين والبحث في بلادنا قابلة للنقاش بل محل طعن في بعض الأحيان فإن لها الفضل في توجيهنا إلى التحديات الواجب رفعها وإلى مراجعة وتحسين منظومتنا التربوية لتكييفها مع الجهود المبذولة في إطار السياسات العمومية والارتقاء بها إلى المستوى المنشود.

في سياق عولمة المبادلات وسرعة المعلومة اختارت الجزائر بحزم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة في منظومة التكوين والبحث والاتصالات وهي تقلص بذلك تدريجيا الفجوة الرقمية التي تفصل بينها وبين الدول المتطورة. ويبقى التحدي القادم متمثلا في التعجيل بتقليص الفجوات المعرفية. إننا نوكل مهمة المشاركة في صياغة المحتوى المتداول والتزام اليقظة بشأن صدقية المعلومات لشبابنا البارِع في التكنولوجيات الجديدة والحريص على مصالح بلاده والمنخرط في معركة المعرفة.

إن العلوم والتكنولوجيات تتطور بشكل متسارع وأن قوة الأمم اليوم أصبحت تكمن في قدرتها على إنتاج المعارف وتحويلها إلى ابتكارات وثروات. إننا في هذا المشهد الجديد أمام مراكز منتجة للمعارف والابتكارات وأخرى تقبع على الهامش على بعد متفاوت من تلك المراكز. فالرهان الذي نواجهه هو الاندماج في هذا النظام على قدر قدراتنا وحاجاتنا ومصالح بلادنا.

لقد شرعنا في إطار البرنامج الخماسيين الأخيرين في إنجاز مشاريع ضخمة اعتمدت أحدث التكنولوجيات المتطورة في مجال الري وبالأخص في تحويل المياه وفي مجال الأشغال العمومية من خلال الأشغال الفنية المنجزة في إطار مشروع الطريق السيار شرق - غرب.

هذه البرامج المهيكلة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية التي باشرناها تشكل بالنسبة لمهندسينا وتقنييننا

الشباب أفضل وسيلة للتعليم ولتطوير تكنولوجيات أكثر ابتكارا. ذلك إن التقدم الحقيقي يتحقق بالجمع بين التنمية الاقتصادية والسياسية والتطور العلمي والتكنولوجي.

من منطلق هذه الروح تم تركيز الجهد خلال السنوات العشر المنصرمة بوجه أخص على نشاط البحث الذي كرسه القانون من الأولويات الوطنية لمرافقة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. فبفضل إنشاء قاعدة علمية وطنية ستمكن بلادنا من استيعاب التطورات العلمية وتكييفها وفق حاجاتها الخاصة وكذا الإسهام في جهود البحث المبذولة عبر العالم. إدراكا لدور المكونين وحرصا على استقرارهم انصبت جهود الدولة كذلك على تحسين الوضعية الاجتماعية والاقتصادية للمدرسين في جميع الأطوار وتحسين ظروف أداء نشاطاتهم البيداغوجية والعلمية.

إن الجائزة العلمية التي أسسناها نابعة من الرغبة في توطيد الصلة بين القوى العلمية والقوى المنتجة في البلاد. وهذه الجائزة التي تمنح سنويا هي عرفان من الأمة لمنتجات المعرفة. إن الرغبة في الاندماج في الاقتصاد المعولم لا يمكن أن تنسينا تاريخنا وإراثنا الثقافي. وعلى أساس هذه القناعة تم وضع سياسة تهدف إلى حفظ وصون وترقية تراثنا الثقافي المادي واللامادي. لكن حتى وإن كانت مضبوطة بموجب قانون تتولى الحكومة تنفيذه فإن هذه المسؤولية لا تقع على عاتق الحكومة وحدها. بل تحتاج إلى تجند فعال لكافة الأطراف. إن المدن القديمة والقصور التاريخية والفقرات والزوايا والمخطوطات والمساجد وغيرها من المراكز والآثار كلها رموز للحياة وللذاكرة ليس بالنسبة للذين يعيشون فيها فحسب وإنما بالنسبة للمجموعة الوطنية قاطبة.

لقد مكنت التظاهرات المخصصة للثقافة العربية بالجزائر العاصمة وللثقافة الإسلامية في تلمسان المختصين وجميع الجزائريين والجزائريات من تجديد العلاقة كل حسب طريقته مع بعض الجوانب من التاريخ المشترك مع العالم العربي والعالم الإسلامي.

وجاء تنظيم المهرجان الإفريقي بدوره تعبيراً صريحاً على وجداننا الإفريقي. إن التفكير القائم حول مصير إفريقيا من خلال التبادلات والتفاعلات والتذكير بالمسار النضالي لشعوبها يدل على الارتباط الوثيق بين المقومات الثقافية والمحتويات التنموية.

تشكل هذه التظاهرة إضافة إلى بعدها الاحتفالي فرصة تتجدد باستمرار للغوص في تاريخنا والعودة إلى تقاليدنا العريقة والتمسمة بالانفتاح والتي ميزت على الدوام الجزائر الثرية بتنوعها والفخورة بتراثها ورصيدها.

أيتها السيدات الفضليات

أيها السادة الأفاضل

لا ينبغي ولا يمكن فصل هذا الالتزام المستمر لصالح مجتمع فخور بماضيه ومنتفتح على العالم عن الإصلاحات السياسية التي شرع في تنفيذها في سبيل دعم المسار الديمقراطي إذ لا يمكن للمؤسسات السياسية العمل بشكل سليم إلا إذا كانت الأسس الثقافية متينة ومرتبطة بقيمتنا الحضارية.

كما لا يمكن فصلها عن الجهود المبذولة لحماية الفئات الضعيفة في مجتمعنا والحفاظ على المكاسب الاجتماعية. فقد تم على الدوام إيلاء عناية خاصة لقطاعات التربية والصحة والسكن والحماية الاجتماعية والشغل والتضامن الوطني. هذا المسعى ينبثق من إرادة سياسية ثابتة في تجنب الفصل بين الحقوق الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والحقوق السياسية. هذه القناعة تضرب أطنابها في تجربتنا التاريخية ومن الأهمية بمكان أن يستلم الجيل الصاعد الذي هو قوة البلد اليوم هذا المشعل وعليه

بالمحافظة على الوديعة وصونها.

ولا يمكن لشبابنا في مناسبة هذا اليوم الأغر أن ينسى العمل النضالي الملتزم الذي بذله علماءنا الذين لم يفرقوا أبداً بين تحصيل المعرفة والعلوم وبين الكفاح من أجل الاستقلال والتمسك بالهوية والحرية والشرف. بالفعل لقد قررنا طي صفحة الحقبة الاستعمارية من أجل التطلع إلى المستقبل لكن الشعب

الجزائري لم ولن يصاب بداء النسيان.

إن الشعب الجزائري على غرار كافة الشعوب المضطهدة تعلم أن التنمية والديمقراطية لا تأتيه من أية

جهة خارجية كانت بلغت ما بلغت من درجات التطور والديمقراطية. وما يحدث اليوم تحت ذريعة الديمقراطية واحترام حقوق الإنسان يبقى موضوعها فيه ما يقال. فالديمقراطية مثلها مثل التنمية لا تمنح هبة ولا تستورد مصنعا جاهزا.

لقد كانت التعددية الحزبية والنقابية وحرية الصحافة التي تم دستورها ببلادنا عام 1989 مدرسة حقيقية للتكوين والتعلم جددت العهد بتقاليد تعددية الحركة الوطنية. والإصلاحات التي تمت مباشرتها خلال هذا العام من أجل مشاركة أكبر للنساء والجامعيين والشباب وحالات التنافى مع العهدة الانتخابية وتحسين ظروف ممارسة الحقوق السياسية بتعديل قانون الانتخابات وقانون الأحزاب والجمعيات تصب كلها في اتجاه التعميق الجاري للمسار الديمقراطي. لكن هذا المسعى المتوخى دعم المكاسب المسجلة في مجال الحقوق السياسية كما لا يمكن عزله وتقويمه خارج مكاسب وتواصل خطط التنمية وتحسين الوضعية الاجتماعية والاقتصادية لشعبنا لا يمكن عزله أيضا عن الإجراءات المتخذة لإحلال السلم في إطار المصالحة الوطنية. ذلك أن المعنى الحقيقي للتنمية والديمقراطية لا يكتمل إلا في ظل المجتمع المطمئن المتصالح مع تاريخه المجتمع الذي لا يخشى على مستقبله. هذا هو رهان الانتخابات المقبلة وهذا هو جوهر الإصلاحات المنتهجة.

أيتها السيدات أيها السادة. ونحن على أبواب الاستحقاقات سياسية هامة تأتي في ظل تحديات داخلية وخارجية حساسة أود التذكير بأن الجزائر كانت دوما متفاعلة مع حركة التاريخ إذ كانت من البلدان الرائدة التي سايرت حركة التحرر التي انتشرت في العالم بعد الحرب العالمية الثانية فقامت بثورة كبرى حاملة للقيم الإنسانية السامية قيم الحق والحرية والعدل والتسامح وحقوق الإنسان وغيرها مما يشكل ماهية الديمقراطية والتي ظلت حية راسخة في مجتمعنا الجزائري حتى في أحلك حقب التاريخ. كذلك هي الجزائر اليوم من البلدان السبّاقة في خوض تجربة ديمقراطية تعددية واسعة تعمل على تكريسها وتعميقها على كافة المستويات. كما تحرص على احترام الحريات وحقوق الإنسان وترقيتها في جميع جوانبها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية مواصلة تكييف مختلف تشريعاتها الوطنية بما ينسجم وحاجات المجتمع وتطوره وبما يتلاءم مع حركة التحولات العالمية ومقتضيات التنظيمات الدولية المعمول بها.

إن بلادنا التي عملت باستمرار على إرساء قواعد تنمية كبرى في جوانبها المادية والبشرية على السواء وكانت من الدول الرائدة في المطالبة بديمقراطية حقيقية في العلاقات الدولية مرافعة من أجل نظام عالمي جديد أكثر إنصافا وتوازنا وتضامنا لا يمكنها أن تتخلف اليوم عن مواكبة التقدم الاقتصادي والعلمي والتكنولوجي الباهر ولا أن تتأخر عن ركب التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في مجالات الممارسة الديمقراطية والحريات الفردية والجماعية وحقوق الإنسان.

إننا نعيش عولمة شاملة حاملة لمتغيرات جذرية تتطلب يقظة الوعي الجماعي بأهمية التحديات المطروحة وحساسية الظروف المحيطة تقتضي تعبئة كافة الطاقات الوطنية لاستكمال برامج الإصلاح والتشييد المسطرة وإنجاح كافة الاستحقاقات السياسية القادمة التي نعتبرها محطة فاصلة ورهانا مصيريا يجب أن نكسبه ولا خيار لنا إلا النجاح.

أن الشعوب التي لا تحسن قراءة التاريخ واستخلاص الدروس قد تعيش هذا التاريخ أكثر من مرة. وهي إن لم تجتهد وتشارك في صياغته فإنه لا محالة سيصنع في غيابها وربما يرتب ضدها. إن رياح العولمة عاتية أتية فمن لم يبادر إلى الإصلاح والتجديد والتحصن بقناعة ومنهجية وتبصر فقد يصعب عليه مواجهة التغيير الجارف الذي سيأتيه من حيث لا يدري ولا يشتهي.

إن ما عاشته أمتنا من متاعب في سنوات المحنة الوطنية وما لاقته من مصاعب ومن ويلات عاناها شعبنا وخاض غمارها وحيدا دون مصغ أو مجيب جعلت شبابنا يعرف معنى تهديم الأوطان وتمزيق الأرحام فسارع للاستجابة لنداء العودة للالتزام وصنع معجزة المصالحة والوئام وتمثين السلم والأمن والأمان.

إن الدولة تستمد مشروعيتها من إرادة الشعب الذي هو مصدر كل السلطات كما جاء في دستور الجمهورية. وإن الديمقراطية هي سيادة أو حكم الشعب الذي يمارسه بواسطة المؤسسات الدستورية التي يختارها عن طريق ممثليه الذين ينتخبهم بكل حرية لتولي تسيير شؤونه شؤون البلاد من رئيس البلدية إلى رئيس الجمهورية.

فالانتخاب إذن هو الآلية الضرورية لتجسيد إرادة الشعب. هو الطريق الصحيح لتكريس الشرعية الدستورية والضمان الكفيل بحماية الديمقراطية من أي تجاوز أو انزلاق. لذلك يجب ممارسة الانتخاب من حيث هو فعل ديمقراطي بامتياز علامة مواطنة وحس مدني التزام وطني وسلوك حضاري حق وواجب دستوري لا يجوز التهوين من شأنه أو التفريط فيه أبدا.

وعليه لا يمكن ترقية الديمقراطية الحقيقية التمثيلية أو التشاركية بلا مجالس منتخبة على مختلف المستويات المحلية والوطنية مجالس شاملة لاتجاهات فكرية وسياسية مختلفة ولتركيبة بشرية رفيعة متنوعة. مجالس يعتمد عليها كإطار للتفكير والتدبير وخزان للكفاءات والخبرات وهينة استشارة ومراقبة. مجالس نريدها أن تمثل بحق إرادة الشعب كل الشعب **الجزائري** بمختلف شرائحه وفئاته وتياراته بأغلبيته وأقليته بأحزابه الكبيرة والصغيرة مستوعبة لقضاياه ومستجيبة لطموحاته. مجالس نريدها أن تشارك على نحو فعال في صياغة النصوص والقرارات وبلورة الخطط والسياسات التي من شأنها خدمة مصالح البلاد والعباد.

ومن هنا تتجلى أهمية المشاركة المكثفة في اقتراع العاشر من مايو القادم وإنجاح الانتخابات التشريعية التي ستفرز هيئة تشريعية رقابية عليا ضمن مؤسسات الجمهورية العتيدة. لقد قدمت الدولة كافة الضمانات من أجل انتخابات حرة وشفافة. فعلى الأحزاب السياسية والمواطنات والمواطنين أن يؤديوا دورهم ويتحملوا مسؤوليتهم حتى لا تذهب تضحيات النساء والرجال الذين جاهدوا في سبيل الاستقلال والوحدة الترابية لهذا البلد سدى وحتى ينال تفاني الذين دافعوا عن سيادته وتنميته حقهم من العرفان. والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته."

ملخص المذكرة:

تطرقنا من خلال دراستنا إلى تحليل رسائل رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة والتي وجهها إلى الشعب الجزائري بمناسبة الانتخابات الرئاسية أفريل 2014 ، وقد شملت دراستنا على تحليل ثلاثة رسائل سبقت موعد الانتخابات وذلك لأن الرئيس لم يلقي أي خطاب شفوي، كذلك باعتبارها رسائل قوية تصادف مناسبات هامة في تاريخ الجزائر.

كما حاولنا من خلال هذه الدراسة المتواضعة أن نسلط الضوء على تحليل الخطاب من خلال الكشف عن الآليات الإقناعية ومختلف أساليبها ومعرفة ما يحمله الخطاب الرئاسي من قيم وأهداف، إذ توصلنا إلى أن الرئيس وظف العديد من أساليب الإقناع التي من شأنها استمالة الرأي العام مدعما ذلك بجملة من القيم والأهداف السياسية و الاجتماعية وغيرها والتي حملتها رسائله الخطابية وهذا تماشيا مع ما يتطلبه الخطاب السياسي باعتباره أهم الخطابات من منظور أن كل الخطابات تصب فيه.