الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
شعبة: العلوم الاقتصادية – تخصص: تقنيات كمية مطبقة

أسباب عزوف المواطن الجزائري عن المشاركة في الانتخابات

مقدمة من طرف الطالب:
عداد نصر الدين

تحت إشراف الأستاذ:
يخلف عبد الله

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	محمد عيسى محمد محمود	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
مقررا	يخلف عبد الله	أستاذ مساعد	جامعة مستغانم
مناقشا	نورين مولود	أستاذ مساعد	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2017/2016

الإهداء

إلى أمي وأبي حفظهما الله تعالى و رعاهُما و أطال في عمرهُما

إلى ابنتي إيناس رانية و كل عائلتي حفظهم الله جميعا

إلى كل جزائري غيور على وطنه، ويسعى من أجل وضع لبنة لإعادة

الانطلاقة على أسس صحيحة،

إلى كل الذين رفضوا الرداءة و عزموا على المضي قدما للسمو والّارتقاء...

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة عملي المتواضع راجًيا من المولى عز و جل

التوفيق و السداد،

إلى كل أساتذة و طلبة شعبة التقنيات الكمية المطبقة

الشكـــر

أحمد الله عز و جل على فضله و نعمه التي لا تعد و لا تحصى، وأشكره على هذه النعمة الطيبة النافعة، نعمة العلم التي أمدني بها و جعلني ممن يكون لهم هذا الفضل العظيم.

و أ تقدم بخالص عبارات الشكر و التقدير والعرفان إلى الأستاذ المشرف على هذا البحث الأستاذ: "يخلف عبد الله" الذي ساعدني في إنجاز هذا العمل و شجعني على البحث، كما أنه لم يبخل علي بنصائحه و إرشاداته القيمة، دون أن أنسى كل الأساتذةالكرام و أخص بالذكر الأستاذ: نورين مولود و الأستاذ: حيمور مصطفى،

كما أتوجه بشكري إلى كل من ساهموا و ساعدوا من قريب أو من بعيد في خروج هذا البحث إلى الوجود، ولو بالسؤال و الاستفسار عنه.

لهم مني أفضل و أسمى عبارات التقدير و الامتنان.....

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
مقدمة	01
الجـــانـــب النـــــظـــــري	
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للانتخابات	
تمهيد	07
المبحث الأول: ماهية الانتخابات	08
المطلب الأول: مفهوم الانتخابات	08
المطلب الثاني: أهمية الانتخابات و طبيعتها	13
خلاصة	27
الفصل الثاني: الحملات الانتخابية و علاقتها بوسائل الاتصال	
تمهيد	29
المبحث الأول: ماهية الحملة الانتخابية	30
المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية، أهدافها و خصائصها	30
المطلب الثاني: نماذج الحملة الانتخابية و تأثيراتها	35
خلاصة	52
الجـــانـــــب التطبيقـــــــي	53
الخاتمـــــــة	69

الفهـــــــــرس

الإهداء	
الشكر	
قائمة المحتويات	
قائمة الجداول و أشكال	
مقدمة	1
الجانب النظـــــــري	
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للانتخابات	
تمهيد	7
المبحث الأول: ماهية الانتخابات	8
المطلب الأول: مفهوم الانتخابات	8
أولا: الانتخابات: النشأة و التطور	8
ثانيا: الانتخابات لغة	10
ثالثا: الانتخابات اصطلاحا	10
المطلب الثاني: أهمية الانتخابات و طبيعتها	13
أولا: أهمية الانتخابات	13
1. أهمية الانتخابات بالنسبة للناخبين	13
2. أهمية الانتخابات بالنسبة للأحزاب السياسية	14
3. أهمية الانتخابات بالنسبة للسلطة	14
ثانيا: طبيعة الانتخابات	15
1. نظرية الانتخاب حق شخصي	15
2. نظرية الانتخاب وظيفـة	16
3. نظرية الانتخاب حق و وظيفة	17
4. نظرية الانتخاب سلطة قانونية	18
المبحث الثاني: أساليب الانتخاب، أنواعه و هيئة الناخبين	19
المطلب الأول: أنواع الانتخاب و أساليبه	19
أولا: أنواع الانتخاب	19

01- الانتخاب العلني و السري	19
02: الانتخاب الإجباري و الانتخاب الاختياري	19
03: الاقتراع المقيد و العام	19
04: الانتخاب المباشر و الانتخاب غير المباشر	20
05: الانتخاب الفردي و الانتخاب بالقائمة	20
ثانيا: أساليب الانتخاب	20
01- الانتخاب المباشر و غير المباشر	20
02- الانتخاب الفردي و الانتخاب بالقائمة	21
03- الانتخاب العلني و السري	21
المطلب الثاني: هيئة الناخبين و تصنيف النظم الانتخابية	22
أولا: هيئة الناخبين	22
01- العمر	22
02- قيد الجنس	22
03- التعليم	22
04- العنصر، الثروة	22
05- الجنسية	22
06- الأهلية العقلية	23
ثانيا: تصنيف النظم الانتخابية	23
01- نظام الانتخاب المباشر و غير المباشر	24
أ- نظام الانتخاب المباشر	24
ب- نظام الانتخاب غير المباشر	25
02- الانتخاب الفردي و الانتخاب بالقائمة	26
أ- الانتخاب الفردي (الاسمي)	26
ب- الانتخاب عن طريق القائمة	26
خلاصة	27
الفصل الثاني: الحملات الانتخابية و علاقتها بوسائل الاتصال	
تمهيد	29

المبحث الأول: ماهية الحملة الانتخابية	30
المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية، أهدافها و خصائصها	30
أولا: مفهوم الحملة الانتخابية	30
1. المعنى اللغوي	30
2. المعنى الاصطلاحي	30
ثانيا: أهمية الحملة الانتخابية	30
الهدف الأول :الإبقاء على تأييد المؤيدين	31
الهدف الثاني :استمالة المحايدين	32
الهدف الثالث :تغيير اتجاه المعارضين	32
الهدف الرابع :الاتصال الإقناعي الانتخابي	32
ثالثا: خصائص الحملة الانتخابية	33
سمات الحملة الانتخابية	33
أ– ذات أهداف سياسية	33
ب– استخدام كافة وسائل الاتصال	33
ج– كثافة التغطية	34
د –أنها ذات إدارة منظمة	34
هـ– ذات مدة زمنية محددة	35
المطلب الثاني: نماذج الحملة الانتخابية و تأثيراتها	35
أولا: نماذج الحملة الانتخابية	35
1. النموذج الدستوري	35
2. النموذج المغلق	35
3. الحملة ذات البداية القوية و التناقض التدريجي	36
4. الحملة ذات البداية المحدودة و التزايد التدريجي	36
5. التوازن	36
6. التبادل في خلق الأثر الإعلامي	36
ثانيا: التعرض الانتقائي للحملات الانتخابية	37
ثالثا: تأثيرات الحملات الانتخابية	38

1. التنشيط **Activation**:	**38**
2. التدعيـم Renforcement :	**39**
3. التحـــــــول Conversion:	**39**
المبحث الثاني: أساليب و وسائل الحملة الانتخابية	**40**
المطلب الأول: أساليب الحملة الانتخابية	**40**
أولا: الأساليب الشرعية	**40**
✓ أسلوب التبسيط	**40**
✓ أسلوب التكرار	**40**
✓ أسلوب الصورة السياسية و الشعارات	**41**
✓ أسلوب الرموز السياسية	**41**
✓ أسلوب المناظرات الانتخابية	**43**
✓ أسلوب الهدايا الانتخابية	**43**
✓ أسلوب الزيارات الانتخابية	**43**
أولا: الأساليب غير الشرعية	**44**
أسلوب شراء الأصوات	**44**
أسلوب القسم و أخذ العهود	**44**
أسلوب التزوير	**44**
أسلوب الشائعات الانتخابية	**44**
أسلوب الإسقاط	**44**
المطلب الثاني: أساليب الحملة الانتخابية	**45**
أولا: دور وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية	**45**
1. وسائل الاتصال الجماهيري	**45**

أ– التلفزيون	45
ب– الإذاعة	46
ج– الصحافة المكتوبة	46
2. أساليب الاتصال الشخصي	47
أ– الاتصال عبر المنظمات	47
أ– الاتصال عن طريق التجمعات و المظاهرات	47
3. استخدام الانترنت في الحملات الانتخابية	47
ثانيا: الأسباب التي دفعت إلى استخدام الانترنت في الحملات الانتخابية المعاصرة	48
1. الأساليب السياسية	48
2. الأساليب الاقتصادية	48
3. الأساليب الاجتماعية و الثقافية	49
ثالثا: استخدام البريد الالكتروني و الرسائل الإخبارية الالكترونية في الحملات السياسية	49
رابعا: تنظيم الحملة الانتخابية	50
1. أهمية التنظيم للحملة الانتخابية	50
2. مراحل إعداد الهيكل التنظيمي	50
خلاصـــة	52
الجانب التطبيقـــــــي	53
الخاتمة	69
المراجع	71

توطئة:

لطالما أخذ الفلاسفة والمفكرين من فكرة الديمقراطية مجالا خصبا لأبحاثهم وأعمالهم الفكرية تماشيا و الفكر السائد لدى الشعوب في تلك الأزمنة والذي يقضي إلى البحث عن التحرر والخروج من الاستبداد والحكم الظالم، بدأً بالمفهوم الإغريقي الذي يفيد أنه يحق للشعب يحكم نفسه بنفسه وصولا إلى المفهوم الحالي هو أن يقوم الشعب باختيار من ينوبه أو يحكمه طوعا أو ممارسة ذلك مباشرة ونظرا لصعوبة تجسيد هذا الأخير في الدول الكبرى خاصة نجد أن الديمقراطية النيابية تفرض نفسها بقوة على الواقع السياسي في كثير من الدول،وهذا لا يكون إلا بانتخابات نزيهة وشفافة تتطابق مع إرادة الناخبين مما يجعلها تحمي فكرة التداول الشرعي على ممارسة سلطة الحكم في ظل المنافسة الشريفة بنظام انتخابي نزيه.

يحظى موضوع الانتخابات باهتمام الدارسين والمنظرين والممارسين وصناع القرار لما تتمتع به هذه العملية من تأثيرات في بقية العمليات السياسية الأخرى، وتوزيعات القوة والمكانة في مختلف البلدان، وذلك بحسب طبيعة النظام السياسي والهندسة السياسية والمؤسسة ومكانة العملية الانتخابية فيها.

تعد الانتخابات إحدى أهم مقومات وأسس نظام الحكم الصالح والحياة الديمقراطية، وتعد وسيلة يستطيع المواطنون من خلالها حماية حرياتهم وحقوقهم المدنية، كما أن الانتخابات تعزز من مشاركة الناس في صنع القرار وبالتالي تؤدي إلى انتقال المجتمع على هذا الصعيد من مرحلة البيروقراطية و المركزية والتعين إلى حالة المشاركة والاختيار للقيادة الأكفأ من خلال صندوق الاقتراع، وإجراء الانتخابات سيساهم في إنهاء حالة الجدل والاحتقان السياسي والاجتماعي المتراكم لدى الناس في المجتمع بسبب غياب التجديد الديمقراطي، إلى ذلك فإن المناخ الديمقراطي يمكن من إدارة الموارد القليلة المتاحة بطريقة رشيدة و نافعة، فالتنمية والديمقراطية و حقوق الإنسان مفاعيل ينبغي لها السير معاً بصورة متناغمة ، مما تتطلب من قوى المجتمع الفاعلة العمل الجاد من أجل ضمان

مجموعة من الضوابط، ومعايير النزاهة والشفافية في عمليات الانتخاب التي تنطلق من الرغبة في مؤسسات وهيئات حكم ديمقراطية، للوصول إلى مستوى أفضل من الحريات ومفاهيم احترام معايير الديمقراطية والإدارة الرشيدة[1].

طرح الإشكالية:

شهدت بعض الـــــدول و خاصة الجزائر في السنيـــــن الأخيـرة، عزوفـا كبيرا عن المشاركة في الانتخابات. مما يؤدي هذا إلى طرح الإشكالية التالية:

ما هي أسباب عزوف المواطن الجزائري عن المشاركة في الانتخابات ؟

و يمكن تقسيم هذه الإشكالي إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ ما مفهوم الانتخابات الاصطلاحي في إطار القانون في التشريع الجزائري؟
- ✓ ما هي العلاقة بين الوسائل الاتصالية في الحملات الانتخابية و سلوك الناخبين؟
- ✓ ما هي أسباب التزايد المطرد في العزوف عن الانتخابات في الجزائر و خاصة في الآونة الأخيرة؟

الفرضيات:

و للإجابة عن هذه الإشكالية، و كإجابة أولية عنها قمنا بوضع الفرضيات الآتية:

- ✓ الانتخاب هو وسيلة أساسية لإسناد السلطة في الديمقراطية النيابية بقيام الناخبين لممارسة حقوقهم في اختيار ما يمثلهم في المؤسسات الحاكمة للدولة.
- ✓ يمكن لوسائل الإعلام التأثير و التوجيه بطريقة أو بأخرى الناخبين إلى سلوك معين.
- ✓ هناك أسباب شخصية و أخرى موضوعية لعزوف المواطنين على الانتخابات.

[1] د.صلاح عبد العاطي. دور منظمات المجتمع المدني في الرقابة على الانتخابات.مقال منشور بمجلة الحوار المتمدن. فلسطين 2005 ص 02.

أهمية الموضوع:

إن الانتخاب و بالمعنى السالف ذكره لم يتم الاعتراف به كوسيلة من وسائل المشاركة السياسية بصـــورة آنيـــة و تلقائية من قبل مختلف دول العالم ، بل على العكس من ذلك فقد تم الاعتراف به و تأكيده كحق يمارسه أفراد الشعب من اجل تعيين من يشاءون لتمثيلهم و التعبير عن إرادات‌هم في مختلف مراكز صنع القرار نتيجة لصراعات طويلة ومريرة و عنيفة بين الشعب و السلطـــة. و سنهدف من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال الذي يطرحه العام و الخاص: «لماذا أصبح الجزائريون لا يذهبون إلى التصويت في الانتخابات، بينما كانت هذه الانتخابات في السابق تعرف نسب مشاركة عالية تفوق الثمانين.

مبررات اختيار الموضوع

تتمثل فيما يلي:

- ✓ محاولة معرفة الأسباب الحقيقة التي تؤدي بالناخب إلى عدم أداء حقه و واجبه الوطني.
- ✓ رصد الدور الحقيق لوسائل الإعلام المختلفة كفاعل أساسي و تقليدي في التأثير على سلوك المواطنين.

الأهداف:

تستهدف الدراسة الحالية إلى:

- ✓ إبراز دور وسائل الاتصال في المجال السياسي و مساهمتها في التأثير على الناخبين.
- ✓ محولة فهم و تحديد أسباب عزوف المواطن الجزائر على التصويت.

تحديد الدراسة:

تعالج الدراسة موضوع الانتخابات في الجزائر، في حين ارتكزت دراسة الموضوع على المقارنة لنتائج الانتخابات التشريعية للسنتين 2012 و 2017.

منهجية البحث:

بغية الإلمام و الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع و تحليل أبعاده و الإجابة على السؤال الرئيسي المطروح سابقا قمنا بإتباع المنهج الوصفي من أجل تقديم مفاهيم أساسية للانتخابات. كما تم استخدام المنهج التحليلي و ذلك من خلال دراسة و تحليل المعطيات المتحصل عليها عن طريق شبكة الانترنت.

خطة البحث:

تم تقسيم هذا البحث إلى قسمين أساسيين: الأول المتمثل في الجانب النظري، والثاني في الجانب التطبيقي، حيث خصصنا للجانب النظري فصلين، الأول خصص لمفهوم الانتخابات، أهميتها، طبيعتها و أنواعها أما الفصل الثاني فقد حاولنا فيه التعرض إلى مختلف مفاهيم حول الحملة الانتخابية و تحديد دور وسائل الاتصال في الحملات الانتخابية. في حين خصص الجانب الثاني: لدراسة مقارنة حول بعض الإحصائيات الخاصة بالانتخابات 2012 و2017 ، و كذا محاولة تفسير ظاهرة العزوف.

تمهيد:

تشكل الدراسة النظرية عند معالجة أي موضوع أكاديمي، الدّعامة الرئيسية والموجه الأساسي للبحث لما تتضمَّنه من تحْديدٍ للمفاهيم والمداخل المنهجية الضّرُورية لفهم الظاهرة و الإحاطة لها، و إذا كان ذلك مطلوبا في العلوم الرياضية والفيزيائية، فهو ضروري في العلوم الإنسانية المتميّزة بثرائها الإبستمولوجي وتعدد مدارسها وأهدافها، ويكون الأمر أكثر من ضرورة عند دراسة موضوع الانتخابات، وهي الحال بالنسبة لهذه الدراسة التي تحاول الإحاطة بموضوع الانتخابات من الناحية النظرية رغم اتّساع هذا الجانب وتعدده؛ وهذا من خلال مبحثين: يتعلق المبحث الأول مفهوم الانتخابات و تكيفها القانوني، طبيعتها وتطورها. أما المبحث الثاني فخصص لتحديد أساليب الانتخاب مع ذكر أنواعه، كما سنتطرق فيه على تصنيف النظم الانتخابية و هيئة الناخبين.

المبحث الأول: ماهية الانتخابات

قبل التطرق إلى تعريف الانتخابات، سنحاول رصد نشأة وتطور هذه الظاهرة في بعض الحضارات القديمة ونظم الحكم الحديثة.

المطلب الأول :مفهوم الانتخابات

أولا: الانتخابات :النشأة والتطور

عرفت نظم الحكم القديمة والحديثة على حد سواء ظاهرة الانتخاب وخاصة الديمقراطيات اللبرالية، إلا أن هذه الوسيلة اشتهرت وانتشرت في النظم الغربية التي فشلت في تطبيق نظام الديمقراطية المباشرة.[1]

ففي الحضارات القديمة كانت طبقة المواطنين الأحرار عند الإغريق(أثينا) هي الطبقة العليا في المجتمع والتي تتمتع بحق المشاركة السياسية دون طبقات الرق والأجانب .كما سادت مسألة الانتخاب عند الرومان في العهدين الملكي والجمهوري[2].

أما الحضارة الإسلامية فقد أوجدت لنفسها أنماطا أخرى من طرق اختيار الحكام، وقد تجلى ذلك واضحا في صدر الإسلام في عهد الخلفاء الراشدين، أين كان اختيار المرشح لإدارة ورئاسة الدولة يتم عن طريق نظام البيعة العامة وموافقة جماعة المسلمين عليه.

مما تقدم بيانه آنفا يتضح أن ظاهرة الانتخابات سادت في العديد من الحضارات على اختلاف خصوصيتها ومقوماتها البيئية، مما ساهم لاحقا وبشكل كبير في تنوع وتعدد الأطر المعرفية، حيث حضي موضوع الانتخابات باهتمام الباحثين والمختصين في الدراسات السياسية والاجتماعية على حد سواء، باعتباره موضوعا مشتركا يعنى بدراسة السلوك الانتخابي والعوامل المؤثرة فيه والمتحكمة في صيرورة العملية الانتخابية على اختلافها (سياسية، قانونية، اجتماعية و اقتصادية...الخ).

[1] سعيد بوالشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة .ط 10 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009 ،ص 102

[2] فاروق عبد الحميد محمود، حق الانتخاب وضماناته، دراسة مقارنة أطروحة دكتوراه، جامعة عين الشمس ،1998 ، ص 49

وبالتالي فقد ارتبط معنى الانتخاب بتعدد الأطر الفكرية والمناهج العملية المفسرة له، والتي استندت في مجملها إلى دراسة وتحليل السلوك الانتخابي من منظور الظروف المحيطة به، فنشأ علم الاجتماع الانتخابي بهدف التحليل العلمي للسلوك الانتخابي و توسع بشكل مبكر نسبيا في البلدان الغربية.[1] حيث كانت البداية من دولة فرنسا قبل الحرب العالمية الأولى، أين قام الباحث الفرنسي "**أندريه سيجفر يد** " في إطار الاقتراب الإيكولوجي بإعطاء تحليل سوسيولوجي للانتخابات وضح فيه مدى الارتباط الوثيق بين جغرافيا الانتخابات والجغرافيا البشرية وفسر من خلاله سلوك الناخبين من منظور ثلاثة متغيرات مؤثرة فيه أي :العامل التاريخي، العامل العقاري، وأخيرا العامل الديني، وجسد ذلك في مؤلفه" **الجدول السياسي لغرب فرنسا** ".[2] غير أن بروز المدرسة السلوكية الأمريكية في أربعينيات وخمسينيات القرن الماضي من خلال أعمال " **بول لازار سفيلد** و **بير لسون** "في كتابهما" **الناخب الأمريكي** "سنة 1960 من مدرسة "**متشيغن** "قد أضفى صبغة جديدة على علم اجتماع الانتخابات، بما حمله من مفاهيم جديدة لتفسير وتحليل سلوك الناخبين، حيث ربط بين فكرة الناخب العقلاني والسوق السياسي، فضلا عن دراسته لظاهرة الحتمية الاجتماعية في مجال الانتخابات، أين توصل إلى نتيجة مفادها أن ظاهرة الميـــل أو الخيار السياسي لدى الفرد الأمريكي محددة مسبقا بمتغيرات أو ميزات اجتماعية (المكانة الاجتماعية والثقافية، الدين والإقامة وغيرها).[3] و إ لى نفس المغزى ذهب الباحثان" **بيتر صلب** "و"**رومان لاشات** "في دراستهما لانتخابات سويسرا 2003 ، حيث أشارا إلى أهمية العوامل السوسيو ديمغرافية في دراسة السلوك الانتخابي[4].

وبعد ذلك انتشرت هذه الدراسات في باقي بلدان أوروبا وخاصة بريطانيا مع الباحثين" **باتلر**"و "**روز هيملو ين** "وكذلك ألمانيا، حيث زاد الاعتقاد بضرورة الاعتماد على التحليل الرياضي والإحصائي، لدراسة ظاهرة التوقع والتنبؤ الانتخابي كمطلب أساسي للعديد من الفواعل السياسيين ووسائل الإعلام وفي مقدمتها الأحزاب

[1] غي هرميه وآخرون، معجم علم السياسة والمؤسسات السياسية .ترجمة: هيثم اللمع، ط3 ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ،(د.ب.ن)،،(د.س.ن)، ص85

[2] محمد السويدي، علم الاجتماع السياسي، مبادئه وقضاياه .ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،(د.س.ن)، ص 149

[3] غي هرميه، **المرجع السابق** .ص، ص85 ،86

[4] Peter Selb, et Romain Lachat, **l'évolution du comportement électoral**, **Genéve**, **Elections 2003**. institut für pflegewissenschaft der universität. Zürich, 2004,p-p 2-16.

السياسية.[1] و أضاف الفقه الدستوري الحديث للانتخاب وصف" السياسي "الذي يعبر فيه الناخبون عن السيادة الوطنية في مختلف المناسبات الانتخابية وعلى اختلاف مستوياتها، سواء في الانتخابات الرئاسية أو التشريعيـــــة أو على مستوى الانتخابات المحلية (البلدية و الولائية).[2]

وباعتبار الانتخاب هو الوسيلة الديمقراطية لإسناد السلطة لمن سيتولاها، والذي يتحقق عن طريق تكوين الهيئات النيابية، فقد كفلت مختلف دساتير الدول هذا الحق السياسي للأفراد بهدف إدماجهم في الحياة السياسية عن طريق إشراكهم بطرق مباشرة أو غير مباشرة في تسيير شؤونهم الوطنية والمحلية، وعليه فقد ثار الجدل بين فقهاء القانون الدستوري ودارسي النظم السياسية حول إيجاد وتحديد مفهوم معين لمعنى الانتخاب خاصة من الناحية الاصطلاحية.

ثانيا: الانتخاب لغة:

الانتخاب" من نخب أي انتخب الشيء أي اختاره، والانتخاب الاقتراع والانتزاع و أيضا الاختيار و الانتقاء، والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم تعني خيارهم من الرجال."[3]

إذن فالانتخاب يأخذ معنى الاختيار والانتقاء من بين مجموعة من الخيارات بهدف الوصول إلى أفضلهم وأحسنهم إذ يقال نخبة القوم أي خيارهم وأفضلهم.[4]

ثالثا: الانتخاب اصطلاحا:

اتسع المدلول الاصطلاحي للانتخاب بتعدد الدراسات الفكرية والبحوث العملية التي باشرت أبحاثها في هذا الموضوع على اختلاف طبيعتها، فضلا عن تنوع الزوايا وجهات النظر لهذه الظاهرة بين اعتبارها مجرد آلية لفرز

[1] عبد الرزاق سويقات،" إصلاح النظام الانتخابي لترشيد الحكم في الجزائر"،(رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية،، جامعة قسنطينة، 2009 – 2010)، ص 2

[2] Philippe Ardant, Institution politiques et droit constitutionnel.12eme edit L.G.D.J, Paris. 2002; P 206.

[3] منصور محمد الواسعي، حقا الانتخاب والترشيح وضماناتهما .المكتب الجامعي الحديث، (د.ب.ن) ، 2010 ، ص 22

[4] أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير.ا دار الحديث ، القاهرة، 2003، ص 353

أصوات الناخبين وتحديد الفائزين في الانتخاب (نظرة قانونية) واستعمالها وفق منطق سياسي يكفل المبدأ الديمقراطي في صيرورة العملية السياسية ككل.

– فالمعجم أو القاموس السياسي يعرف الانتخاب على أنه: " اختيار شخص من بين عدد من المرشحين ليكون نائبا يمثل الجماعة التي ينتمي إليها ."[1]

– أما قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية فقد اعتبر أن الانتخاب هو نفسه الاقتراع حيث يرى أن " حق الاقتراع هو حق المواطن بالتعبير عن رأيه بشأن انتخاب مرشح لمنصب ما، ويرتدي الاقتراع أشكالا مختلفة. "[2]

– فيما اعتبر الفقه الفرنسي أن الانتخاب " هو ممارسة الحق في الاختيار على نحو تتسابق فيه الإرادات المؤهلة لتلك الممارسة ."[3]

– وفي تعارض مفهوم الانتخاب مع باقي الأساليب الأخرى في إسناد السلطة و إقترابها أكثر من الطرق غير الشرعية على خلاف المغزى من آلية الانتخاب، فقد عالج الباحث" **موريس دوفرجيه** "هذه المسألة من زاوية أن" :الانتخاب هو قاعدة النمط الديمقراطي، إنه طريقة لتعيين الحكام وهي متعارضة مع الوراثـــة والتعييـــــن أو الاستيلاء على السلطة والتي هي طرق استبدادية للوصول إلى السلطة[4] ." ودعم" **صاموسل هنتنجتون** "في كتابه" **الموجة الثالثة من التحول الديمقراطي في أواخر القرن** " **20** هذه الفكرة بربطه بين مسألة الانتخابات وظاهرة الديمقراطية حيث يرى في الانتخابات على أنها الطريقة التي تعمل بها ومن خلالها الديمقراطية.[5]

[1] أحمد عطية الله، القاموس السياسي .ط3 ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1968، ص 129

[2] أحمد سعيفان، قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية.مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، 2004، ص 161

[3] Jean Paul Charnay, Le suffrage politique en France. Paris, 1965, P 24.

[4] موريس دوفرجيه،ا لمؤسسات السياسية والقانون الدستوري، الأنظمة السياسية الكبر ى.(ترجمة :جورج سعد)، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ،(د.ب.ن)،،(د.س.ن)، ص 58

[5] صامويل هنتنجتون، الموجة الثالثة من التحول الديمق ا رطي في أواخر القرن 20 (ترجمة :عبد الوهاب علوب)، دار سعاد الصباح، 1993، ص255

-كما جسد" **فليب برو** "عملية الانتخاب في إضفاء الشرعية السياسية على الحكام من خلال اعتباره : "الانتخاب هو عملية معقدة تهدف لإضفاء طابع شرعي على السلطات الحكومية. "[1]

يبدو مما تقدم أن مجمل هذه التعريفات حاولت إضفاء صفة الشرعية السياسية على أسلوب الانتخاب حيث اعتبرته أحسن طرق إسناد السلطة السياسية باعتباره الأكثر ديمقراطية من ناحية تجسيد جوانب التمثيل ومظاهر المشاركة في العملية السياسية. غير أن هناك من الإسهامات النظرية في هذا المجال من عالجت مدلول الانتخاب من زاوية أضيق مما هو منوط به، حيث اعتبرته مجرد تقنية قانونية و إإجرائية لتوضيح عملية التصويت أو مؤشر لقياس نسبة المشاركة السياسية.

فقد ركز البعض منهم على الناحية الإجرائية في الانتخاب، باعتباره " :مجموعة من الإجراءات والتصرفات القانونية متعددة الأطراف والمر احل، يخضع بمقتضاها تحديد الهيئات الحاكمة العليا في الدولة بموافقة ورضاء المحكومين أصحاب السلطة الحقيقية في المجتمع ." [2] و إ لى نفس المغزى ذهب الباحث" **أندري هوريو** "حيث رأى أن " :الانتخاب يتمثل في الكيفية التي يختار بها المواطنون الأفراد الذين يمثلونهم ويستطيعون ممارسة الحكم عن طريق تطبيق السياسة المفضلة لدى من انتخبهم." [3]

فالانتخاب وفقا لهذا المنظور القانوني هو " :تسابق في الإرادات المؤهلة قانونيا من أجل القيام بعملية تعيين الحكام. "[4]

أما النظر إلى الانتخابات على أساس أنها مجر د معيار للحكم على نسبة المشاركة السياسية فقد تجسد في أعمال" **دومينيك دوفال** "والذي ضم الانتخاب إلى أهم مؤشرات الحكم على درجة المشاركة السياسية سواء عند ارتفاعها أو عند انخفاضها.[1]

---

[1] فليب برو، علم الاجتماع السياسي، (ترجمة :محمد عرب صاصيلا)، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، 1998، ص306

[2] سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات، ضمانات حريتها ون ا زهتها.، دار دجلة، عمان، 2009، ص 26

[3] André Hauriou, Jean Gicquel, **Droit constitutionnel et institutions politiques**; Montchrestien, Paris , 1968, P 214.

[4] Jean Paul Jague, Droit constitutionnel et institutions politiques.3eme édition, Dalloz. ,Paris ,1963, P24.

و إ ذا كانت عملية الانتخاب تتضمن مجموعة من الأطراف المشاركة فيها فضلا عن جملة من الإجراءات والمراحل المحددة لصيرورتها وأهدافها، فانه لابد من الوقوف على هذا المضمون الذي يحمل بين طياته معنى" العملية الانتخابية "والتي تتمثل في مجموعة الإجراءات والأعمال القانونية والمادية، التي تؤدي بصورة رئيسية إلى تعيين الحكام من قبل أفراد الشعب وهي بهذه الصفة حق من الحقوق السياسية للمواطن، وتدخل في إطار القوانين السياسية أو أكثر تحديدا ضمن قانون الانتخاب ."[2]

إذن فالانتخاب هو وسيلة من وسائل المشاركة السياسية للمواطنين في الحياة السياسية ضمن مختلف أجهزة وهيئات الحكم على اختلاف مستوياتها) قومية، محلية (وذلك تجسيدا و تمثيلا لمبدأ الإرادة الشعبية ضمن هذه المجالس المنتخبة من خلال جملة من الإجراءات والعمليات القانونية التي يحددها قانون الانتخاب، فهو أفضل وأحسن طريقة لإسناد السلطة السياسية بطريقة شرعية تحقيقا لمبدأ الديمقراطية في العملية السياسية.

المطلب الثاني :أهمية الانتخابات و طبيعتها:

أولا: أهمية الانتخابات:

يكتسي الانتخاب باعتباره الدعامة الأساسية لنظام الحكم الديمقراطي أهمية بالغة بالنسبة لكل من الناخبين و الأحزاب السياسية و السلطة.

1. **أهمية الانتخاب بالنسبة للناخبين:**

إن الانتخاب باعتباره وسيلة من وسائل المشاركة السياسية يساهم في تقريب المواطنين من سلطة اتخاذ القرار ، بغية التعبير عن مختلف آرائهم و تفضيلاتهم السياسية ، وكذا محاسبة المسئولين المنتخبين الذين لم يقوموا بتنفيذ وعودهم الانتخابية.[3]

[1] Dominic Duval, **Etudes électorales: Recension des écrits sur la participation électorale**. centre de renseignements Bibliothèque national le du Québec , Canada , 2005,p,p 90,91.

[2] عبدو سعد وآخرون، النظم الانتخابية :دراسة حول العلاقة بين النظام السياسي والنظام الانتخابي .منشورات الحلبي الحقوقية، 2005، ص 27

[3] رابح كمال لعروسي ، المشاركة السياسية وتجربة التعددية الحزبية في الجزائر ، دار قرطبة ، الجزائر ، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص6

هذا من جهة ومن جهة أخرى فان الانتخاب يعتبر بمثابة المدرسة لتربية و صقل روح المواطنة الصالحة لدى أفراد المجتمع المدني وتدعيم روح المسؤولية السياسية و الوطنية لدى نخب وتنظيمات المجتمـــع المدنـــي السياسية و الاجتماعية.[1]

هذا دون أن ننسى مساهمة الانتخاب في تعميق الوعي السياسي بالهوية القومية و ترسيخهه للأسس الديمقراطية و المدنية التي تشجع التنشئة السياسية و إقامة علاقات تشاركية ما بين المواطنين و النظام السياسي القائم.[2]

2. أهمية الانتخاب بالنسبة للأحزاب السياسية:

يكتسي الانتخاب أهمية خاصة بالنسبة للأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية بالنظر لكونهم الوسيلة و الآلية التي يمكن من خلالها الحكم على سياسات الأحزاب و تقييمها[3]، وكذا معرفة حجمها الحقيقي وغربلتها بحيث يكون البقاء فيها لمن استطاع تقبل الديمقراطية[4]، هذا دون أن ننسى أن الانتخاب هو وسيلة الأحزاب السياسية للوصول الى السلطة.

3. أهمية الانتخاب بالنسبة للسلطة:

إن الانتخاب وباعتباره أحد أهم وسائل المشاركة السياسية يساهم في إعمال الديمقراطية والارتقاء بالعمل السياسي الى مستوى الأداء المؤسسي [5]، الى جانب تحقيق التطابق المفترض ما بين إرادة الحكام و المحكومين من خلال تحقيق الانتقال السلمي للسلطة الى ممثلي الأغلبية ، وكذا إضفاء الشرعيـــة علـــى السلطات العموميـــة أو سحبها عنها.[6]

---

[1] انظر في هذا الصدد كلا من : مجلة الفكر البرلماني ، دور نظام الانتخابات الحرة في ترسيخ مصداقية البناء المؤسساتي في الجزائر، نموذج الانتخابات الرئاسية لـ 2004/04/08، العدد 6، مجلس الأمة، الجزائر، 2004، ص 16

[2] جامعة ، السياسية التنمية التخطيط و في ماجستير مذكرة ، (2009 2004) السياسية المشاركة تفعيل في الفلسطينية المحلية الهيئات انتخابات اثر ، مقبل عثمان فريد رائد 18/17 ص ، 2010 ، العليا الدراسات كلية ، فلسطين ، الوطنية النجاح

[3] بوكرا إدريس ، الوجيز في القانون الدستوري و المؤسسات السياسية ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، دون سنة الطبع ، ص154

[4] خضر خضر ، مفاهيم أساسية في علم السياسة ، المؤسسة الحديثة للكتاب ، لبنان ، الطبعة الثانية ، 2011 ،ص294

[5] عبد الوهاب دربال ، الديمقراطية بين الادعاء و الممارسة ، دار قرطبة ، الجزائر ، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص104

[6] انظر في هذا الصدد كلا من : خضر خضر ، مفاهيم أساسية في علم السياسة ، المرجع السابق ، ص294

فالانتخاب بهذا المعنى يعتبر بمثابة الأداة لحسم وبناء و تجسير الحياة السياسية و المؤسساتية و ترجمة لمفهوم المواطنة وتعبيرا عن سيادة الشعب عبر تفعيل الإحساس بالانتماء وجعل القوى السياسية أمام حقيقة تمثيلها.

هذا الى جانب مساهمة الانتخاب في رسم الاتجاهات السياسية في الدولة وكذا ضمان أن تكون المجالس النيابية معبرة عن الإرادة الشعبية تعبيرا صادقا.[1]

مما تقدم يتبين لنا بأنهم وعلى الرغم من أهمية الانتخاب في مختلف المستويات و الأصعدة ، إلا أن الواقع العملي قد اثبت عزوف الكثير من الناخبين عن التصويت في الانتخابات نتيجة لفقدانهم للثقـــــة في السياسة و السياسيين و قناعتهم بأن هذه الانتخابات وعلى تنوعها لن تقدم لهم أي جديد من شانهم أن يساهم في حل مشكلاتهم.[2]

ثانيا: طبيعة الانتخاب:

لقد اختلفت آراء فقهاء القانون الدستوري في تحديد الطبيعة القانونية للانتخاب ، فظهرت بذلك أربع اتجاهات، الاتجاه الأول كيفه على أنه حق شخصي ، و الاتجاه الثاني كيفه على أنه وظيفة ، و الاتجاه الثالث جمع بين الاتجاهين السابقين واعتبر الانتخاب حق شخصي و وظيفة ، بينما ذهب الاتجاه الرابع للقول بان الانتخاب سلطة قانونية مقررة للناخب من أجل تحقيق المصلحة العامة.

1. نظرية الانتخاب حق شخصي:

ذهب أنصار هذه النظرية إلى اعتبار الانتخاب حقا من الحقوق الطبيعية للفرد التي لا يجوز حرمانه من استعمالها.[3] إلا إذا كان غير قادر على مباشرتها كما هو الحال بالنسبة للقصر وعديمي الأهلية.[4] وتعتبر هذه

[1] إبراهيم درويش ، القانون الدستوري ، النظرية العامة و الرقابة الدستورية ، دار النهضة العربية، القاهرة ، الطبعة الرابعة ، 2004 ، ص381

[2] ص ص ، 2007 ، القدس ،مطبعة ،الجزائر باتنة جامعة ، 16 العدد ، الإنسانية و الاجتماعية العلوم مجلة ، الجزائري للشباب السياسية للمشاركة اجتماعي تحليل ، رابح حروش 215 / 213

[3] عبد الغني بسيوني عبد الله ، النظم السياسية و القانون الدستوري ، الدار الجامعية ، دون بلد الطبع ، 1993 ، ص211

[4] محمد سليم محمد غزوي ، الوجيز في نظام الانتخاب ، دراسة مقارنة ، دار وائل للنشر ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2000 ، ص18

النظرية من أهم النتائج المترتبة على نظرية سيادة الشعب التي مفادها أن لكل فرد جزءا من السيادة يقوم بممارستها و مباشرتها عن طريق الانتخاب.[1]

وقد رتب الفقه على الأخذ بهاته النظرية جملة من النتائج نذكر منها:

- ✓ سمو حق الانتخاب و بالتالي انحصار سلطة الدولة في تنظيم ممارستها.
- ✓ عدم جواز إجبار أو حرمان أو تقييد حق الناخبين في الانتخاب إلا بصفة استثنائية بسبب عدم الأهلية أو عدم الصلاحية.[2]
- ✓ ضرورة تقيد النواب بآراء و توجيهات ناخبيهم و تقديم حسابات عن أعمالهم إليهم.
- ✓ إمكانية سحب الناخبين لثقتهم من ممثليهم و عزلهم في أي وقت يشاءون[3].

2. نظرية الانتخاب وظيفة:

يرى أنصار هاته النظرية بأن الانتخاب يعتبر مجرد وظيفة يقوم بها المواطنون لصالح الأمة التي قد تلزمهـــــم و تجبرهم على القيام بها ، كما يمكنها في الوقت ذاته أن تحرم من تشاء من ممارسة هذه الوظيفة.[4]

و تعتبر هذه النظرية من أهم النتائج المترتبة على نظرية سيادة الأمة التي مفادها أن الأمة تعتبر شخص معنوي متميز عن الأفراد المكونين لها و سيادتها غير قابلة للتجزئة ، ومن ثم فإنه لا يجوز لأي فرد من أفراد الأمة أن يدعي بأن له جزءا من السيادة.[5]

وقد رتب الفقه على الأخذ بهاته النظرية جملة من النتائج نذكر منها:

- ✓ حق الأمة في تحديد الشروط الواجب توافرها في هيئة الناخبين ، وكذا تقييد حق الانتخاب و حصره

---

[1] عبد الغني بسيوني عبد الله ، النظم السياسية و القانون الدستوري ، المرجع السابق ، ص211

[2] عفيفي كامل عفيفي ، الانتخابات النيابية وضماناتها الدستورية و القانونية (دراسة مقارنة)، دار الجامعيين للطباعة والاوفست لإسكندرية و التجليد الإسكندرية ، 2002 ، ص 451

[3] الأمين شريط ، الوجيز في القانون الدستوري و المؤسسات السياسية المقارنة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1999 ، ص214

[4] محمد سليم محمد غزوي ، المرجع السابق ، ص19

[5] محمد فرغلي محمد علي ، نظم إجراءات و انتخاب أعضاء المجالس المحلية في ضوء الفقه و القضاء (دراسة تأصيلية تطبيقية) الانتخاب لنظام المحلي في مصر ودول الغرب (، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1998 ، ص127.

في طائفة معينة تتميز إما بالثروة أو الكفاءة.

- ✓ إمكانية إجبار الأمة الناخب على الانتخاب وفي حالة تخلفه عن القيام بذلك يتم إخضاعـــه لعقوبـــــات و جزاءات تختلف طبيعتها و درجتها من دولة لأخرى.
- ✓ عدم جواز تنازل الناخب عن حق الانتخاب[1].
- ✓ اعتبار العلاقة التي تربط ما بين الناخب و النائب علاقة وكالة عامة بموجبها يتولى النائب تمثيل الأمة ككل لا مجرد تمثيل من انتخبوه فقط.[2]

3. نظرية الانتخاب حق و وظيفة:

ذهب أنصار هذه النظرية في تكييفهم لحق الانتخاب الى الجمع ما بين النظريتين السابقتين و القول بأن للانتخاب صفتين صفة الحق و صفة الوظيفة ، ولكنهم بالرغم من هذا قد اختلفوا فيما بينهم في تحديد معنى الجمع بين الفكرتين.

فالفقيه" **هوريو** و أنصاره " يرون بان الانتخاب حق فردي و لكنه في ذات الوقت وظيفـــــة اجتماعية أو واجب مدني و بالتالي يمكن تقرير التصويت الإجباري. أما أنصار الفريق الثاني فيذهبون للقول بان الانتخاب لا يمكن أن يكون حقا ووظيفة في آن واحد بالنظر لاستحالة الجمع بين صفتين متعارضتين في الوقت ذاته بالنسبة لعمل قانوني واحد ، وبالتالي فالصحيح هو أن الانتخاب يعتبر حقا شخصيا طالما طالب الناخب قيد اسمه في جداول الانتخاب أو اعترف له بصفة الناخب.

أما عندما يمارس الناخب عملية التصويت فانه يؤدي وظيفة باعتباره عضوا في الهيئات العامة للدول.[3]

4. نظرية الانتخاب سلطة قانونية:

[1] انظر في هذا الصدد كلا من : محمد رفعت عبد الوهاب ، الأنظمة السياسية ، منشورات الحلبي الحقوقية ،، بيروت ، 2004 ، ص27

[2] الأمين شريط ، المرجع السابق ، ص215

[3] نقلا عن : عبد الغني بسيوني عبد الله ، النظم السياسية و القانون الدستوري ، المرجع السابق ، ص 212

يتجه الرأي الراجح في الفقه المعاصر الى اعتبار الانتخاب سلطة أو مكنة قانونية تعطى للناخبين لتحقيق المصلحة العامة لا لتحقيق المصلحة الشخصية ، ذلك على اعتبار أن القانون هو الذي يتولى تحديد مضمون هذه السلطة وشروط استعمالها بالنسبة لجميع المواطنيـــــن دون تفرقـــــة بغيـة إشراكهـــــم في الحيـاة العامـة و المساهمة فيها.[1]

وقد رتب الفقه على الأخذ بهاته النظرية جملة من النتائج نذكر منها:

- ✓ للمشرع وحده الحق في تعديل شروط ممارسة حق الانتخاب سواء بالتقييد أو التيسير طبقا لمتطلبات الصالح العام، دون أن يكون لأحد الحق في الاحتجاج على ذلك. [2]
- ✓ عدم جواز أن يكون حق الانتخاب محلا للتعاقد أو الاتفاق ، إذ ليس بإمكان الناخبين الاتفاق على حق الانتخاب بأي وجه من الوجوه باعتباره محلا للتعاقد.
- ✓ خضوع حق الانتخاب من حيث إنشاءه و تنظيمه وممارسته لقواعد و أحكام القانون العام الأمر الذي يقتضي بالضرورة عدم جواز التنازل عنه أو التصرف فيه.
- ✓ عدم إمكانية مباشرة حق الانتخاب بطريقة تلقائية و في أي وقت يشاء صاحبه إذ لابد حتى تتم مباشرته أن تتم دعوة الناخبين من قبل السلطة التنفيذية.
- ✓ إمكانية لجوء صاحب الحق إلى القضاء لحماية حقه من أي اعتداء من شأنه أن يؤدي إلى الانتقـــاص أو الحرمان من ممارسته لحقهم في الانتخاب .

وفي واقع الأمر إذا تجاوزنا الخلاف النظري و الفقهي حول تكييف حق الانتخاب و استقرانا الواقع العملي، فإننا سنجد بان الأمر يتوقف بدرجة رئيسة على فلسفة المشرع نفس iالذي يتناول الانتخاب بالتنظيم و توج هاته السياسية ، ومدى تأثير القوى المختلفة داخل المجتمع عليه. فالمشرع عندما يتولى تنظيم الأحكام المتعلقة

[1] محمد فرغلي محمد علي ، المرجع السابق ، ص138

[2] عبد الغني بسيوني عبد لله ، النظم السياسية و القانون الدستوري ، المرجع السابق ، ص213

بالانتخاب يكون متأثرا بالعديد من العوامل السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و حتى الثقافية السائدة في المجتمع.

المبحث الثاني: أساليب الانتخاب، أنواعه و هيئة الناخبين:

المطلب الأول : أنواع الانتخاب و أساليبه:

أولا: أنواع الانتخاب:

01- الانتخاب العلني و السري: إن الاختيار بين سرية الاقتراع أو علانيته ذو علاقة مباشرة مع الديمقراطية لأن العلنية تعني ارتباط الناخب بالديمقراطية و تجعله يظهر شجاعته المدنية و تحمله للمسؤولية . غير أن العلنية تتضمن مخاطر من شانها التأثير على إرادة الناخب و جعله عرضة للرشوة و التهديد ، خاصة في أنظمة الحكم الاستبدادية أو الأنظمة ذات الحزب الوحيد ، وقد تؤدي علنية الاقتراع إلى ارتفاع نسبة الممتنعين ، لذلك تميل معظم قوانين الانتخاب الى سرية الاقتراع .[1]

02:الانتخاب الإجباري و الانتخاب الاختياري : الجدل مازال قائما بين مؤيدي الاقتراع الإجباري و مؤيدي الاقتراع الاختياري ، فالأول يعتبرون أن الاقتراع واجب و ليس حقا ، بينما يعتبر مؤيدو الاقتراع الاختياري أن الاقتراع حق يجيز لصاحبه عدم استعماله ، وفي بعض البلدان مثل بلجيكا و استراليا و للوكسمبورغ نصت دساتيرها على اعتماد الاقتراع الإجباري .[2]

03: الاقتراع المقيد و العام: إن الاقتراع المقيد يعني النظام الذي يشترط في الناخب توافر قدر معين من الثروة أو التحصيل العلمي، وبالتالي يحرم من الانتخاب من لا يتوفر فيه ذلك (هذا النظام يحد من الحقوق السياسية للمواطنين). أما الاقتراع العام هو النظام الذي لا يشترط على الناخب توافر نسبة معينة من المال و التعليم بل

[1] منتديات ستار تايمز (أرشيف: شؤون قانونية) ، 17 جانفي 2017 ، 21 سا http://www.startimes.com/?t=30851386
[2] نفس المرجع أعلاه، 17 جانفي 2017، 21 سا

يقرر المساواة بين الناخبين، وهو منتشر في غالبية النظم الانتخابية الحالية، فهو يحقق مبدأ حكم الشعب كما يكفل حرية الناخبين.[1]

04: الانتخاب المباشر والانتخاب غير المباشر: حيث يكون الانتخاب مباشراً عندما يقوم الناخبون بانتخاب النواب من بين المرشحين مباشرة وهو ما يسمى بالانتخاب على درجة واحدة، أما الانتخاب غير المباشر فهو الذي يتم فيه الانتخاب على درجتين حيث يقوم الناخب بانتخاب مندوبين ليقوم هؤلاء المندوبون بعد ذلك بمهمة انتخاب أعضاء البرلمان أو الحكام ولهذا فأنه قد يتم على ثلاث مراحل أو درجات عندما يقوم النواب بانتخاب الحكام. و الجزائر تأخذ بالاقتراع المباشر.[2]

05: الانتخاب الفردي والانتخاب بالقائمة: يكون الانتخاب فردياً عندما يتم تقسيم الدولة إلى عدة دوائر انتخابية لعدد النواب المراد انتخابهم بحيث يكون لكل دائرة انتخابية نائب واحد ولا يجوز للناخبين أن ينتخبوا أكثر من مرشح واحد أما الانتخاب بالقائمة فهو النظام الذي يميل إلى تقليص عدد الدوائر الانتخابية مع تخصيص عدد من النواب يجري انتخابهم في قائمة أسماء المرشحين وفقاً للعدد الذي يحدده قانون الانتخاب ويمكن الأخذ بالقائمة المغلقة عندما يطلب من الناخبين التصويت على القائمة كلها دون تغيير أو تعديل في حين توجد قوانين انتخابية تعطي الناخب الحق في تشكيل قائمته هو من أسماء يتم اختيارهم من عدة قوائم.[3]

ثانيا: أساليب الانتخاب:

01- الانتخاب المباشر و غير المباشر:

إن الانتخاب المباشر هو ذلك الذي يقوم به الناخبون مباشرة لاختيار ممثليهم، أما الانتخاب غير المباشر فهو الذي يقوم الناخبون فيه باختيار مندوبين عنهم، يتولون انتخاب ممثليهم من المرشحين، فالطريقة الأولى تكون على درجة من واحدة في حين أن الثانية تكون على درجتين. ومنه نقول أن الطريقة المثلى هي الانتخاب المباشر، إذ

[1] منتديات ستار تايمز (أرشيف: شؤون قانونية) ، 17 جانفي 2017 ، 21 سا ، مرجع سبق ذكره

[2] نفس المرجع أعلاه، 17 جانفي 2017، 21 سا

[3] نفس المرجع أعلاه، 17 جانفي 2017، 21 سا

أنها تمكن الناخبين من اختيار ممثليهم دون وساطة. ونتيجة لعيوب الانتخاب غير المباشر فإنه استبعد من التطبيق، إلا في الدول التي بها مجلسين , فيتم في الغالب اختيار الأول بالطريقة المباشرة أما الثاني فيكون عكس ذلك .[1]

02- الانتخاب الفردي و الانتخاب بالقائمة:

الانتخاب الفردي يكون حيث تقسم الدولة إلى دوائر انتخابية صغيرة تمثل بنائب واحد فيكون على الناخبين التصويت على شخص واحد لا غير،و يمتاز هذا الأسلوب ببساطته، أما عيوبه فتتمثل في احتمال تفضيل المصالح الشخصية على المصالح الوطنية من جانب الناخب و كذلك سهولة ارتشائه فضلا عن احتمال تدخل الإدارة بـما لها من سلطة للضغط عليه نتيجة لصغر الدائرة . أما الانتخاب بالقائمة فيكون حيث تقســـم الدولة إلى دوائــر انتخابية كبيرة يمثلها عدد من النواب يقوم الناخبون بالاختيار بين الأسماء المدرجة في القائمة الانتخابية التي تختلف باختلاف الأنظمة[2] .

03- الانتخاب العلني والانتخاب السري:

لقد كان الانتخاب العلني قديما مفضلا , فهو على حد قول "روبسبير" أسلوب يطور شجاعة المواطـــــــن و حسه المدني , لكن التطور أثبت عجزه حيث يمكن للسلطة و ذوي النفوذ الانتقام من المعارضين و هو ما أدى إلى التصويت السري الذي يبعد المواطن عن كل أنواع الضغوط[3].

المطلب الثاني : هيئة الناخبين و تصنيف النظم الانتخابية:

[1] منتديات طموحنا (أحسن موقع جزائري للدراسة و النجاح)، 30 جانفي 2017، 18 سا www.tomohna.net/vb/showthread.php?t=123
[2] نفس المرجع أعلاه، 26 جانفي 2017، 18 سا
[3] نفس المرجع أعلاه، 26 جانفي 2017، 18 سا

أولا: هيئة الناخبين:

يقصد بهيئة الناخبين مجموعة المواطنين الذين يحق لهم المساهمة في الانتخاب ومجموعة الشروط التي تتطلبها قوانين الانتخاب والتي يجب توافرها في كل ناخب ويلاحظ أن تحديد حجم هيئة الناخبين يتوقف على الفلسفة التي يعتمدها المشرع عند وضع قانون الانتخاب :

01- العمر: لقد استقر الرأي الذي يقول أن بلوغ سن الرشد (المدني) يخول الإنسان ممارسة جميع التصرفات القانونية والتي ترتب له حقوق وعليه التزامات ، فأصبح من البديهي والحال هذا أن يكون سن الناخب وكحد أدنى أن يكون قد بلغ سن الرشد القانوني ، لكن يلاحظ وفي ظل الكثير من القوانين الانتخابية تحديد سنا (سياسيا) يختلف عن سن الرشد المدني ويجب على الناخب بلوغه ليتسنى له المساهمة في عملية التصويت وهذا السن السياسي يزيد من عمر الناخب عن السن المدني .

02- قيد الجنس : ظلت النساء محرومات من حق الانتخاب لفترة طويلة من الزمن وهذه الظاهرة موجودة حاليا في العديد من البلاد ومنها مثلا الكويت على سبيل المثال لازالت تحرم على المرأة مزاولة حق الانتخاب والترشح لمجلس الأمة .

03- التعليم : تشترط بعض القوانين أن يكون الناخب على درجة معينة من التعليم ليتسنى الدخول بالعملية الانتخابية وبهذا يتم استبعاد الأميين عن الانتخاب ، مثل البرتغال وشيلي والفلبين .

04- العنصر، الثروة: هذان القيدان أصبحا لا مكان لهما في الوقت الحاضر، وكانت آخر التجارب في دولة جنوب إفريقيا حيث كان نظام الفصل العنصري لا يسمح للأفارقة ذات البشرة السوداء من ممارسة حقهم بالانتخابات.

05- الجنسية: تشترط جميع القوانين الانتخابية في العالم تقريبا أن يكون الناخب من مواطني الدولة، أي حاملا لجنسيتها، وتمنع الأجنبي المقيم على أراضيها من المشاركة في التصويت.[1]

06- الأهلية العقلية : يجب أن يكون الناخب متمتعا بكامل قواه العقلية ، ولكي لا يساء هذا الحق لابد أن يثبت الجنون أو العته بحكم قضائي سابق ليوم الانتخاب .

[1] منتديات ستار تايمز (أرشيف: شؤون قانونية) ، 17 جانفي 2017 ، 21 سا ، مرجع سبق ذكره

– وبعد حصر الأسماء والذين تنطبق عليهم الشروط التي اقرها القانون يتم إعداد قوائم أو جداول انتخابية تتضمن تلك الأسماء وتعلق في أماكن يتمكن المواطن البسيط من الوصول إليها قبل إجراء كل عملية انتخابية ، وتسجل الاعتراضات خلال مدة معقولة يحددها قانون الانتخاب وأمام الجهة التي أوكل لها هذه المهمة . ويكون الاعتراض سلبيا أو ايجابيا ، فالاعتراض السلبي يكون على شخص قد تم إدراجه ضمن قوائم الناخبين بهدف استبعاده لعدم توفر شرط أو مجموعة من الشروط فيه ، أما الاعتراض الايجابي فيتضمن طلب إدراج اسم لم يتم تضمينه الجدول لأي سبب كان.

ثانيا: تصنيف النظم الانتخاب:

يرتبط تعدد النظم الانتخابية من دولة إلى أخرى باختلاف الظروف السياسية، الاقتصادية و الاجتماعية فضلا عن السياقات الحضارية والتاريخية التي أدت إلى ظهورها.[1]

ولذا أدى ذلك إلى اعتبار النظام الانتخابي : " الذي هو في الواقع أنظمة متعددة و كثيرة تستعصي على التنميط والتصنيف، أشبه ما يكون بالزئبق في اليد له ثقله، وله معناه وله تأثيره ولكنه يستعصى على الحصر".[2] أي أن النظام الانتخابي هو مادة هلامية زئبقية ليس لها شكل،ولكن السلطة الحاكمة هي التي تضع له الشكل الذي يناسبها عادة. و اختلفت دلالات الأنظمة الانتخابية لكنها عادة ما ارتبطت بالأهداف السياسية التي أنشأت من أجلها .كما أجمعت أدبيات الفقه الدستوري على الطابع القانوني والتنظيمي لهذه الأنظمة من دولة إلى أخرى.

[1] A. Laurent, P. Delfosse, AP. Frognier, **Les systèmes électoraux**: **permanences et innovations**. Editions L'Harmattan, Paris, 2004, pp, 12, 13.

[2] عصام نعمة إسماعيل، النظم الانتخابية .ط2 ، منشورات زين الحقوقية،) ب.ب.ن(، 2009 ، ص03

فقد ذهب الباحث" **ماجد الحلو** "إلى اعتبارها مجموعة قواعد تقنية و فنية قصد الاختيار بين المرشحين في الانتخابات، والتي عادة ما تعرف بالأساليب والطرق المستعملة لعرض المرشحين على الناخبين، فرز النتائج وتحديدها .[1] والى نفس السياق ذهب "**أندريورينولدز**" حيث عرف النظام الانتخابي على أنه عبارة عن ترجمة للأصوات المعبر و المدلى بها في انتخابات عامة الى مقاعد يمكن أن تتحصل الأحزاب و مختلف المرشحين.[2]

فترجمة النظام الانتخابي في شكل إجراءات وآليات ضمن منظومة قانونية تعرضه وتحدده على ضوء خصوصية متغيرات ومتطلبات البيئة المحيطة في كل دولة، قد أضفى ليونة ونسبية على مثل هذه الآليات القانونية على مستوى هذا النظام الانتخابي من جهة، وأدى إلى تنوع النظم الانتخابية المعتمدة في نفس الدولة باختلاف طبيعة الانتخابات) رئاسية، تشريعية، محلية (والتي يمكن حصرها في ثلاثة أنواع : نظم الانتخاب المباشر و الانتخاب غير المباشر، الانتخاب الفردي والانتخابات العامة، وهذا ما سنأتي بيانه فيما يلي.

01- نظام الانتخاب المباشر وغير المباشر:

أ- نظام الانتخاب المباشر:

في هذا النوع من نظام الانتخابات يقوم الناخبون باختيار نوابهم بصفة مباشرة من دون وجود وتدخل أية وساطة، وذلك على اختلاف طبيعة الانتخابات ومستوياتها (رئاسية، محلية، تشريعية) حيث يتم اختيار أعضاء المجالس النيابية على مرحلة واحدة فقط.[3]

ب- نظام الانتخاب غير المباشر:

[1] ماجد الحلو، النظم السياسية والقانون الدستوري.، منشأة المعارف، 2000 ،الإسكندرية، ص149

[2] Reynolds Andrew, Ben Reilley, La conception des systèmes électoraux. IDEA, Stockholm, 2002, p 7.

[3] عبد الغني بسيوني عبد الله، النظم السياسية والقانون الدستوري .منشأة المعارف، الإسكندرية، 1997 ، ص168

يتجسد هذا الانتخاب في عدة مستويات أو درجات فقد يكون على درجتين أو ثلاثة . إذ يقوم ناخب المستوى الأول باختيار ما يعرف بالناخب المندوب (ناخب المستوى الثاني) والذي بدوره (ناخب المستوى الثاني) يقوم بانتخاب أعضاء الهيئة النائبة أو الحاكمة.[1]

وساد الاعتقاد أن الانتخاب المباشر هو أحسن بديل عن الديمقراطية المباشر ة بعد تعذر وفشل تطبيق هذه الأخيرة في العديد من الأحيان، حيث يعتبر الطريق الوحيد المؤدي إلى ممارسة القاعدة الشعبية لهذا الحق دون عرقلة من أية أنواع من الوسائط كالأحزاب السياسية مثلا، إضافة إلى كونه من أنجع الوسائل لزيادة و ترسيخ الوعي السياسي لدى الأفراد الناخبين نتيجة اهتمامهم وتحملهم المسؤولية المباشرة الملقاة عليهم أثناء الانتخابات.[2]

غير أن الانتخاب غير المباشر غالبا ما يزيد من تأثير العناصر الوسيطة كالأحزاب السياسية و جماعات المصالح وغيرها مما يؤدي إلى تشويه العملية الانتخابية ويحد من عوامل نجاحها إضافة إلى أن تجزئة العملية الانتخابية على مستويين أو درجتين من شأنه أن يؤدي إلى ضياع خيارات الناخبين من المستوى الأول لأن مرحلة الحسم في الانتخابات تعود إلى خيارات الناخبين من الدرجة الثانية (المندوبين أو الوكلاء).

و اعتمد المشرع الجزائري هذه الأصناف من النظم الانتخابية من خلال صور الانتخاب المباشر التي نجدها في الانتخابات المباشرة على اختلاف مستوياتها (رئاسية، تشريعية، محلية) أما صيغة الانتخاب غير المباشر فقد تم إقراره ضمن الانتخابات غير المباشرة أي على مستوى المجالس المحلية المنتخبة البلدية منه و الولائية بهدف انتخاب الغرفة الثانية من البرلمان (مجلس الأمة) في إطار التجديد النصفي لهذه الغرفة.[3]

02- الانتخاب الفردي و الانتخاب بالقائمة:

[1] Philippe Ardant, **op. cit**. p 209.

[2] عبد الغني بسيوني عبد الله، المرجع السابق .ص168

[3] علي زغدود، الأحزاب السياسية في الدول العربية (د.د.ن) (د.ب.ن) 2007 ، ص،ص53 ،54

أ- الانتخاب الفردي (الاسمي):

في هذه الحالة يتم تقسيم الدولة إلى دوائر انتخابية صغيرة نسبيا، حيث يكون لكل دائرة انتخابية ممثل واحد يتم انتخابه من طرف سكان هذه الدائرة الانتخابية، فلا يجوز للناخب أن يصوت إلا لمرشح واحد مهما كان عدد المرشحين.[1] استنادا إلى الطرح السابق والمتعلق بالانتخاب الفردي نجد أن هذا الانتخاب يعتبر من أبسط و أسهل النظم الانتخابية، وذلك نظرا لصغر حجم الدائرة الانتخابية من جهة، ولسهولة عملية الاختيار في ظل وجود عدد محدود من المرشحين في أغلب الحالات من جهة أخرى.[2]

ب- الانتخاب عن طرق القائمة:

في هذه الحالة تقسم الدولة إلى دوائر انتخابية واسعة النطاق، ولكل ناخب الحق في تقديم قائمة بأسماء المرشحين الذين يريد اختيارهم. يطبق نظام الانتخاب عن طريق القائمة في عدة صور، تختلف من دولة إلى أخرى باختلاف فلسفة النظام الدستوري و القانوني لهذه الدول، من حيث نظرتها إلى هامش حرية الأفراد في نطاق الانتخاب بالموازاة مع التوجهات والأهداف السياسية للمشاركين في هذه العملية، و على رأسها الأحزاب السياسية.

[1] الأمين شريط، المقارنة السياسية والمؤسسات الدستوري القانون في الوجيز .ط4 ، المطبوعات ديوان الجامعية، الجزائر، ص 226 ، 2005

[2] نعمان أحمد الخطيب، الوسيط في النظم السياسية والقانون الدستوري .ط7 ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص319

خلاصة:

مما تقدم بيانه سابقا يتضح أن هناك علاقة وطيدة تربط بين مفهوم المواطن وبين موضوع الانتخابات باعتبارها أحد أهم معالم النظام الديمقراطي. و لهذا يعتبر الانتخاب الوسيلة الديمقراطية المعتمدة في معظم الأنظمة المقارنة، يتم بواسطته اختيار تركيبة الهيئات النيابية، التي يرجى منها أن تحقق أكثر قدر من الخدمة التمثيلية لتتماشى مع المصالح الوطنية، والمحلية منها، إلا أن مختلف الأنظمة التي تعتمد أسلوب الانتخاب، تباينت آرائها من حيث تحديد المفهوم القانوني للانتخاب، و طبيعته.

تمهيد:

تعد الحملات الانتخابية جوهر الاتصال السياسي إذ تشير العديد من البحوث أن أحد العوامل الأساسية في نجاح العملية الاتصالية لوسائل الإعلام في الحملة الانتخابية يتوقف على دقة اختيار الرسالة الإعلامية و صياغتها وأسلوب عرضها على الجمهور في الوقت المناسب وطريقة إدارتها، كما تجمع الدراسات على أن عملية إدارة حملة انتخابية ناجحة يتوقف على خبراء الدعاية والعلاقات العامة من جهة وعلى الانتشار الواسع لوسائل الإعلام بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة في الحملات الانتخابية بوصفها ظاهرة حديثة من جهة ثانية.

المبحث الأول: ماهية الحملة الانتخابية

المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية، أهدافها و خصائصها:

أولا: مفهوم الحملة الانتخابية:

1. المعنى اللغوي:

فقد جاء في لسان العرب المصطلح حملة كالآتي[1]: " حمله على الأمر يحمله حملا فإنحمل :أغراه به ".

2. المعنى الاصطلاحي:

الحملة الانتخابية عملية تواصلية، الهدف منها تقديم مرشح يطمح لتولي منصب في الحكومة أو البرلمان أو في موقع من مواقع التدبير المحلي للشأن العام وتعريف الناخبين به و بكفاءته و رأسماله السياسي وذلك قصد إقناعهم بأنه جدير بالمنصب الذي ترشح له ومن ثمة حثهم على التصويت لصالحه.[2]

كما ترى **سامية محمد جابر** :إن الحملة الانتخابية هي: " التي تشتمل على مجموعة تدابير و استعدادات مثل الحملات السياسية و الانتخابية و المعلومات العامة و الإعلان و بعض أشكال التعليم و استخدام كافة وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التحديدات و يكون له أهداف محددة غالبا ما تكون وجيزة، و مكثفة و تستهدف جمهور كبير نسبيا و غالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة.[3]"

ثانيا: أهمية الحملة الانتخابية:

قبل التعرض للأهداف التي تسعى الحملة الانتخابية إلى تحقيقها من خلال الدعاية، نلاحظ أن الحملة الانتخابية تستهدف هيئة الناخبين و التي يمكن تصنيفها إلى الآتي:[4]

---

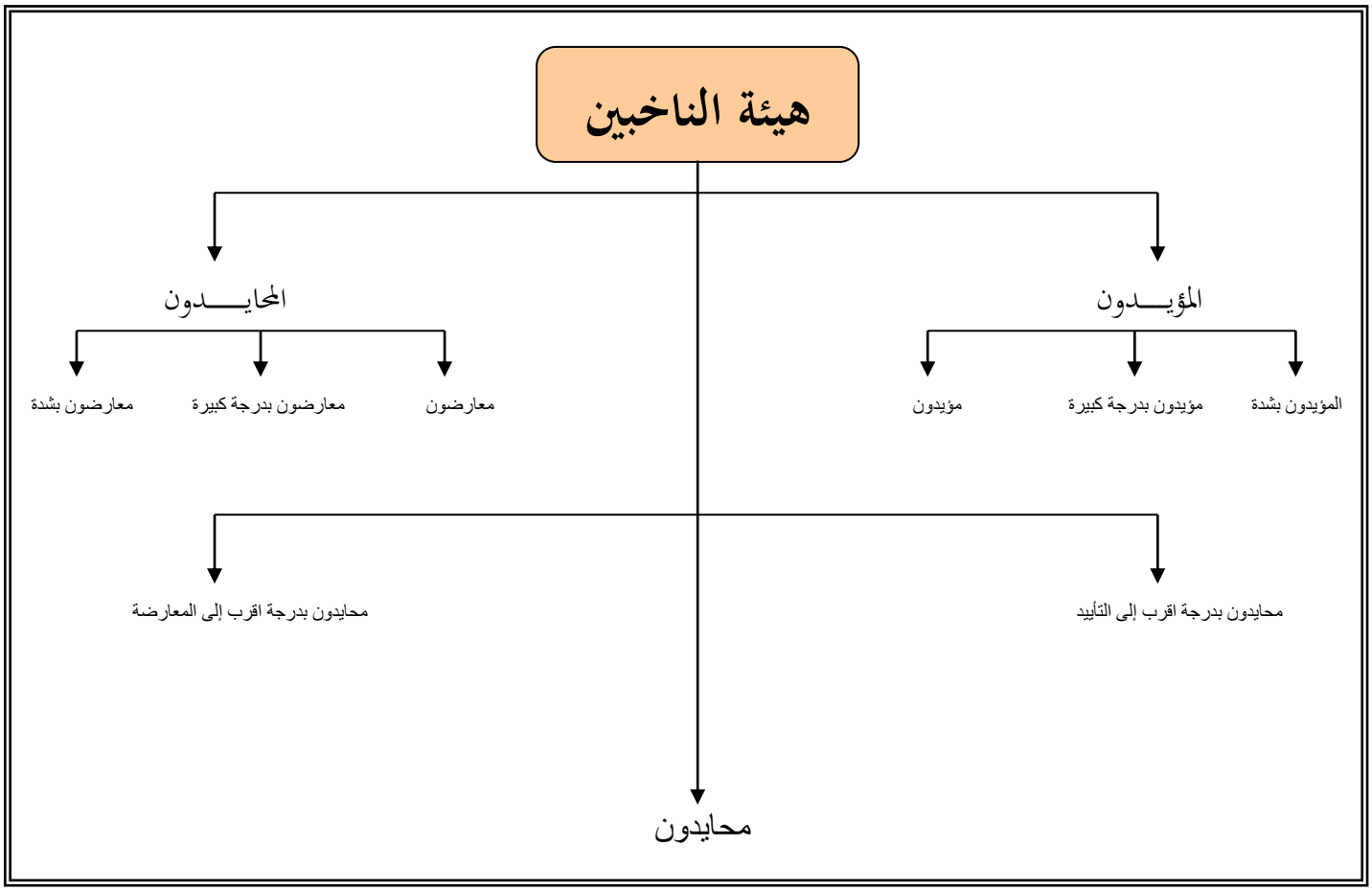
[1] ينظر لسان العرب لابن منظور، الجزء الأول، بيروت :دار صادر، ص734

[2] McNair, Brian, An Introduction to Political Communication, OP, Cit, p 205.

[3] سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث :النظرية و التطبيق، الإسكندرية :دار المعارف الجامعية، 1984 م، ص161

[4] زكرياء بن صغير، الحملات الانتخابية :مفهومها، وسائلها، وأساليبها، الجزائر :دار الخلدونية للنشر و التوزيع، 2004 م، ص52

الشكل رقم :(02-01) يوضح تصنيف هيئة الناخبين



المصدر: زكرياء بن صغير، الحملات الانتخابية :مفهومها، وسائلها، و أسالبها، الجزائر :دار الخلدونية للنشـــــر و التوزيـــــــع ، 2004، ص 52

إلا أن الهدف الأساسي و الاسمي يبقى لدى القائم بالاتصال في الحملة الانتخابية **هو** فوز مرشح بالانتخابات أي الحصول على عدد اكبر من أصوات الهيئة الانتخابية غير أن **هذا** الهدف استراتيجي لديه لابد من تقسيمه إلى أهداف تكتيكية، و **هي** على النحو التالي:

الهدف الأول :الإبقاء على تأييد المؤيدين :بمعنى حمايتهم من تأثيرات رسائل الحملة الانتخابية المضادة ويدخل في هذه الدائرة كما يحددها دوفرجي:[1]

[1] جون بيار كوت، جان بيار موينى، من اجل علم اجتماع سياسي، ترجمة :محمد هناد، الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية، 1985 م ص 142

أ .المتعاطفون :أي الذين يؤيدون المرشح على مستوى الأفكار، و حتى على المستوى المالي من دون أن يكونوا منخرطين في الحزب.

ب .المنخرطون :هي الفئة التي تلي المتعاطفين فيما يخص الأحزاب التي تقوم على فكرة الانخراط.

ج .المناضلون :و هي الفئة الداخلية التي تعد نفسها في الحزب و هي اشد تأييدا للمرشح.

الهدف الثاني :استمالة المحايدين: استمالة فئة المحايدين التي تتنافس عليها الحملات الدعائية **للمرشحين** كافة لأنها في النهاية **هي** الفئة التي تحسم نتائج العملية الانتخابية.[1]

الهدف الثالث :تغيير اتجاه المعارضين :و هي أصعب أهداف الحملة على الإطلاق إذ أن تغيير اتجاه متلقي رسالة الحملة الانتخابية من معارضين إلى مؤيدين دفعة واحدة من دون المرور بمرحلة الحياد تتطلب تركيزا يعتمد على وسائل اتصال قوية، و ممارسة أساليب اتصال فعالة.[2]

الهدف الرابع :الاتصال الإقناعي الانتخابي :يمكن تحديد شروط الاتصال الانتخابي – الناجح – فيما يلي:[3]

-أن يكون اتصالا هادفا.

- أن يكون مفهوما من قبل **هيئة** الناخبين (العبارات، الرموز، الشعارات،...الخ).

- مصداقية ومعقولية مضمون الاتصال (أي قابلية البرامج الانتخابية للتنفيذ).

- تنوع و تكامل وسائل و أساليب الاتصال المستخدمة.

- ملائمة وسائل و أساليب الاتصال للبيئة الانتخابية.

- توافق البرنامج الانتخابي مع رغبات و آمال الناخبين.

- تميز الاتصال عن غيره من اتصالات المرشحين المنافسين و ذلك من حيث: شكل الاتصال و مضمون الاتصال (موضوعات الاتصال).

---

[1] زكرياء بن صغير، المرجع السابق الذكر، ص54

[2] J. Fishkin, Democracy and deliberation, New Haven, CT: Yale University Press, p 75

[3] محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام و تأثره بالإعلام و الدعاية، بيروت :مكتبة لبنان، 1980 م، ص19

ثالثا: خصائص الحملة الانتخابية:

سمات الحملة الانتخابية :تتصف الحملة الانتخابية بأربع سمات أساسية هي:[1]

- ✓ من حيث الظرف المكاني: (الانتشار) في كافة أنحاء الدائرة الانتخابية .
- ✓ من حيث الظرف الزمني : (الاستمرارية) طوال فترة الانتخاب .
- ✓ من حيث الأشخاص : (العمومية) فالمفترض أن توجه إلى كل مواطني الدائرة على اختلاف مشاربهم.
- ✓ من حيث التنفيذ : (المرونة) لمواجهة الظروف المتغيرة و المفاجئة أثناء تنفيذ خطة الحملة.و تتميز الحملة الانتخابية بجملة من الخصائص أهمها:

أ– ذات أهداف سياسية :استنادا إلى التعريف نجد أن الحملة الانتخابية **هي** نشاط اتصالي سياسي، و بما أن الاتصال السياسي يهتم بالأنشطة و الفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية الاتصالية من اجل تحقيق أهداف سياسية تهمهم على المستوى الذاتي، مثل الزعماء السياسيين و القادة الحزبيين و البرلمانيين.[2]

ب– استخدام كافة وسائل الاتصال :إن الإستراتيجية السياسية الواقعية و الواعية من اجل حملة انتخابية ناجحة لابد أن تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري و الاتصال الشخصي معا، فكلاهما يدعم الأخـــر و يسانده.[3]

ج– كثافة التغطية :و هي عبارة عن الجهود المكثفة و المستمرة في عملية الدعاية لمدة زمنية محددة مع استخدام كافة الأساليب و الوسائل للوصول إلى الهدف إلا أن الدعاية يجب أن تقتصر على عدد قليل من

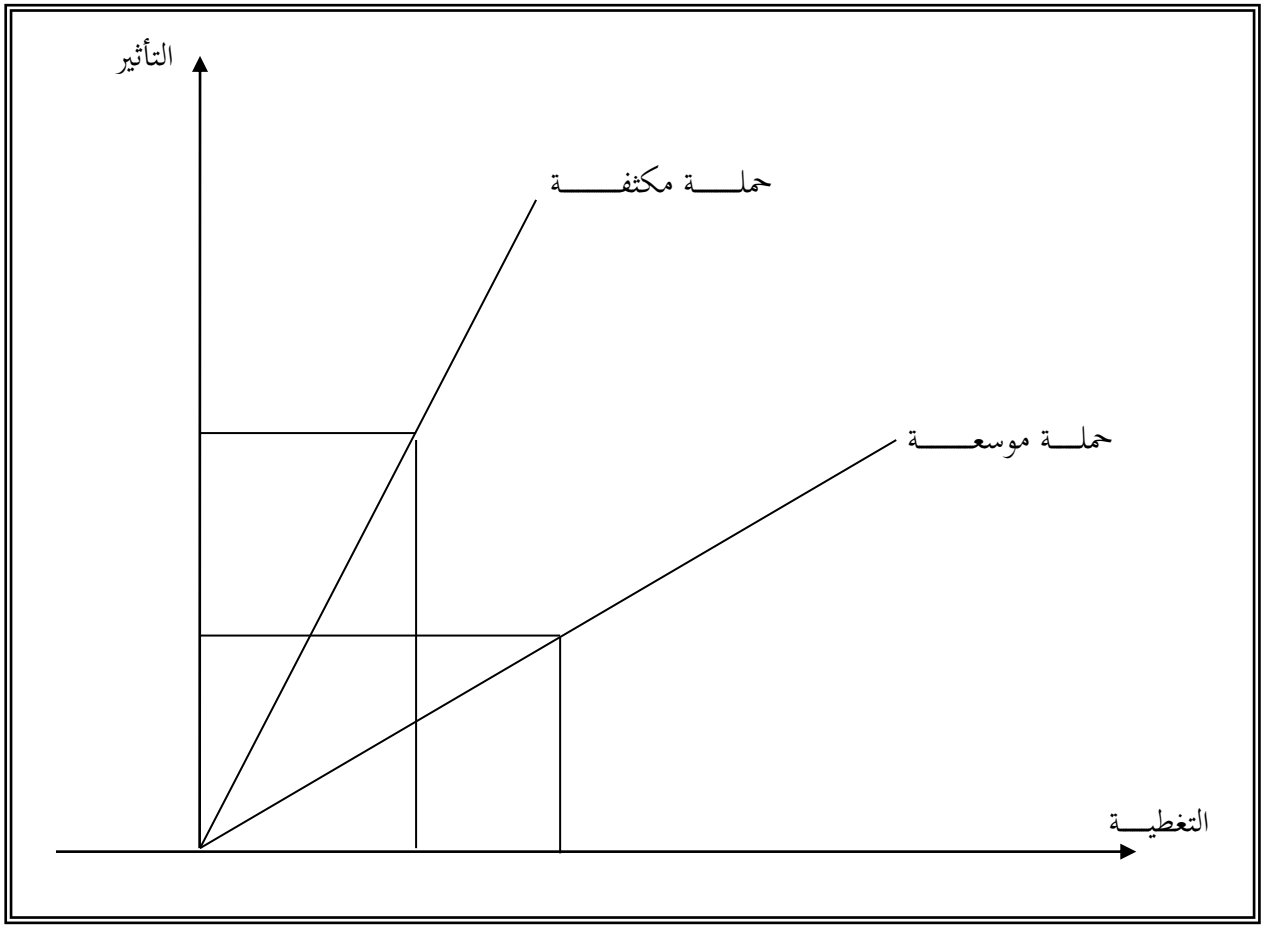
[1] محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية :دراسة نظرية و تطبيقية، مصر :دار النمر للطباعة، 1995 م، ص31

[2] نور الدين كنيوة،" الدولة الجزائرية و المشروع العصي"، مجلة المستقبل العربي، العدد :242 ، أوت 1999 ، ص16

[3] علي عجوة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، القاهرة :عالم الكتاب، ط01 ، 1983، ص 115

الأفكار و أن تكررها دون وهن، فالجماهير لا تتذكر حتى ابسط الأفكار، إذا لم تكرر على مسامعهم مئات المرات.[1]

الشكل رقم :(02-02) يوضح كثافة التغطية في الحملة الانتخابية



المصدر: زكرياء بن صغير، الحملات الانتخابية :مفهومها، وسائلها، و أسالبها، الجزائر :دار الخلدونية للنشـــــر و التوزيـــــــع ، 2004، ص 21

د –أنها ذات إدارة منظمة :هذا يعني حضور التخطيط في العمل الدعائي كي يرسم طريق العمل المؤدي إلى الهدف.

ه –ذات مدة زمنية محددة :هي التي تبدأ من تاريخ دعوة الناخبين للاقتراع حتى يوم إجراء الانتخاب، و تلك المدة يجب أن تكون كافية لكل من الناخب و المرشح، ففيما يخص الناخب حتى يتمكن من التفكير و الرؤية في

[1] جاك دومناك، الدعاية السياسية، ترجمة :فاروق الشريف، دمشق :منشورات دار الصحافة، 1970 م، ص53

إعطاء صوته الانتخابي للمرشح الذي يستحقه، و فيما يخص المرشح يجب أن يستوعب مراحل تنفيذ حملته الانتخابية.[1]

المطلب الثاني: نماذج الحملة الانتخابية و تأثيراتها:

أولا: نماذج الحملة الانتخابية:

1. **النموذج الدستوري:** "و هو نموذج الحملات الانتخابية المرتبطـــــة أساسا بالانتخابات الرئاسيـــة و التشريعية و البلدية" ، و يسمى بالنموذج الدستوري لأن المشـــرع يحدده فيكـــون خاضعـــا للقوانيـــن و النظـم[2].و تشمل الانتخابات ذات **الميزة العمودية** وفقا لهذا النموذج حيث يتم توجه النشاط التسويقي إلى جهور الناخبين من اجل كسب أصواتهم.[3]

2. **النموذج المغلق** :هو ما يتعلق بالحملات الانتخابية الأفقية (المغلقة) مثل الحملات المهنية،النقابية و الحملات الانتخابية الحزبية[4]. و تشمل الانتخابات ذات **الميزة الأفقية**، وفقا لهذا النمط من الانتخابات، فإن توجه النشاط التسويقي يأخذ المنهج الشخصي و يعتمد على قدرة المرشح في جمع الأصوات حوله بوسائله المختلفة و اتصالاته و علاقاته.[5]

و يعد هذا النموذج خاصا بالحملات التي ليس لها علاقة بالجمهور الواسع، لذلك يطلق عليها النموذج المغلق.[6]

---

[1] تيسير الفارس، الدعاية الانتخابية، عمان :مكتبة فيلادلفيا، 1996 ، ص11

[2] جون بيار كوت، جان بيار مويني، المرجع السابق الذكر، ص142

[3] فاروق العريفي :الانتخابية الحملات ، فاروق العريفي :الالكتروني الموقع في منشورة دكتوراه أطروحة الجديد، الأمريكي النظام في الممارسة و الواقع 2010/05/12 .م، 23:01 ، ص 06، www.Islamonline.com

[4] جون بيار كوت، موينى جان بيار، المرجع السابق الذكر، ص143

[5] فاروق العريفي، الحملات الانتخابية :الواقع و الممارسة في النظام الأمريكي الجديد، المرجع السابق الذكر، ص08

[6] عاطف عدلي، الاتصال و الرأي العام، القاهرة : دار الفكر العربي، 1993 م، ص24

3. **الحملة ذات البداية القوية و التناقص التدريجي** :أي أن تبدأ الحملـــة بدرجة عاليـــة من التركيز و الكثافة و الانتشار،حتى تحقق اكبر درجة تغطية ممكنة و اكبر تأثير إعلامي مست**هدف**، ثم تأخذ بالتناقص تدريجيا بعد ذلك إلى أن تصل إلى حد معين.[1]

4. **الحملة ذات البداية المحدودة و التزايد التدريجي** :**هي** الشكل العكسي للنموذج السابق إذ تبدأ الحملة بعدد محدود من المواد الإعلامية في وسائل إعلام محدودة و سرعان ما تبدأ بالتزايد تدريجيا.[2]

5. **التوازن** :و هو الشكل الذي تتساوى فيه كمية المادة الإعلامية المطبوعة أو المعروضة أو المذاعة على امتداد المدة الزمنية للحملة الانتخابية.[3]

6. **التبادل في خلق الأثر الإعلامي** :**هو** الشكل الذي تبدأ الحملة الإعلامية بمقتضاه بداية قوية ثم تتناقص ثم تقوى مرة أخرى و تتناقص تبعا لخطة مستهدفة من هذا الشكل التبادلي بهدف التركيز الإعلامي في أوقات معينة.[4]

[1] زكرياء بن صغير، المرجع السابق الذكر، ص25

[2] J. Fishkin, Democracy and deliberation, Op, Cit , p 73.

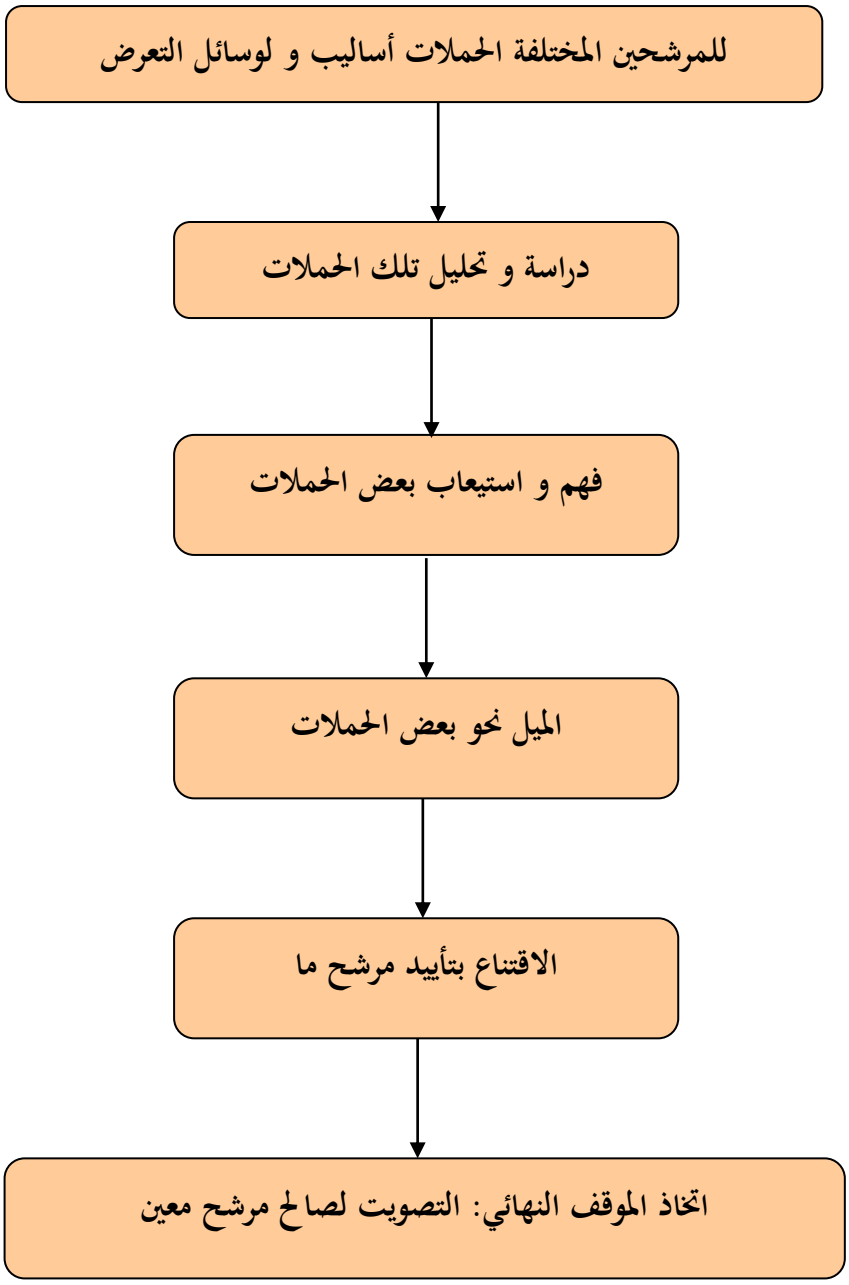
[3] McNair, Brian, An Introduction to Political Communication, Op, Cit, p 211

[4] جاك دومناك، المرجع السابق الذكر، ص81

ثانيا: التعرض الانتقائي للحملات الانتخابية:

يوضح الشكل التالي تدرج الاقتناع الانتقائي للهيئة الناخبة بالنسبة للمرشحين:[1]

الشكل رقم :(02-03) يوضح تدرج الاقتناع الانتقائي للهيئة الناخبة بالنسبة للمرشحين



المصدر :محمد كمال القاضي، الدعاية السياسية و الحرب النفسية، القاهرة، 2000 ، ص25

[1] محمد كمال القاضي، الدعاية السياسية و الحرب النفسية، القاهرة، 2000، ص25

يتعرض الناخب لسيل من وسائل و أساليب الاتصال الموجهة إليه من العديد من المرشحين فيبدأ في دراســـة و فهم كل أو بعض تلك الحملات الانتخابية بقصد استيعابها و المفاضلة بينها، ثم تبدأ مرحلة الميل إلى مرشح أو أكثر من بين المرشحين المتنافسين تعقبها مرحلة حسم الموقف الانتخابي بالاقتناع بمرشح معين من بين المتنافسين توطئة للإقدام على الموقف النهائي و الحاسم و هو الإدلاء بالصوت الانتخابي لصالح هذا المرشح و هو في ذات الوقت الهدف النهائي من عملية الاتصال الانتخابي الناجح.[1]

ثالثا: تأثيرات للحملات الانتخابية:

قد يكون للحملات الانتخابية تأثيرات رئيسية و هي: التنشيط، التدعيم و التحويل.

1. التنشيط Activation:

فالحملة الانتخابية قد تؤدي بالجمهور الذي لا يوجد لدىه أي اهتمام بالانتخابات أو المرشحين إلى توفر درجة من الاهتمام البسيط بها مما قد يؤثر على الناخب في الانتخابات التالية .أما بالنسبة للناخبين الذين لديهم اهتمام متوسط بالعملية الانتخابية فيزداد وعيهم و إدراكهم بأهمية الانتخابات و تأثيرها، و يزداد فضولهم لمعرفة أسماء المرشحين و برنامج و سياسات كل مرشح فضلا عن زيادة درجة المتابعة للقضايا السياسة المختلفة في الحملة الانتخابية.[2]

و من جهة ثالثة يمكن أن تساهم الحملة الانتخابية في إثارة اهتمام بعض المواطنين بالمشاركة السياسة و بزيادة الاهتمام العام بالمسائل و القضايا السياسية و المشاركة في المناقشات السياسية.[3]

[1] محمد كمال القاضي، نفس المرجع السابق ص 26

[2] صفوت العالم، الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية، الإسكندرية :دار الوفاء، 1998 ، ص93

[3] محمد معوض، المرجع السابق الذكر، ص55

2. التدعيـم Renforcement :

إن الحملة الانتخابية تعمل أساسا على تدعيم الاتجاهات المحابية و تأكيد المعالم الايجابية في صورة المرشح السياسي لدى جماهير الناخبين أكثر مما تعمل على التغيير، فقد ثبت أن قدرة وسائل الاتصال مع التعبير محدودة بالقياس إلى قدرتها الفائقة على التدعيم .و إن كان هذا لا يعني أن تفقد الحملة الانتخابية كل أمل في تغيير الاتجاهات المعارضة.[1]

كما أن تأثير الحملات الانتخابية في عملية التدعيم لا يقتصر فقط على إقناع الناخبين بسلامة الاختيار بل يمتد إلى حماية الناخبين من تأثير الحملات الانتخابية المضادة الخاصة بالمرشحين المنافسين أو الاتجـــاه المعـــارض و التي قد تؤثر بدرجة ما على الناخبين المترددين في تأييد احد المرشحين أو إحدى الاتجاهات السياسية، خاصـة و أن حملات الدعاية الانتخابية المضادة للمنافسين قد تتسم بالكثافة و التركيز و الاستمرار في فترة زمنية قصيرة نسبيا[2].

3. التحـــــــول Conversion:

يرى بعض الدارسين أن الحملات الانتخابية قل ما تغير أو تعمل على تحويل النوايا الفعلية للناخبين بقدر ما تذكرهم باهتماماتهم و انتماءاتهم العقائدية.و رغم ذلك فإن التغييرات الطفيفة التي قد تحدث في اتجاهات التصويت لدى الناخبين للحملة الانتخابية يمكن أن تؤثر تأثيرا حاسما في تغيير النتائج النهائية للانتخابات حسب النظام الانتخابي المتبع و طريقة حساب الأصوات و المقاعد في ذلك النظام[3].و من جهة أخرى فقد ثبت أن بعض الأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية المثيرة قد تؤذي الحملة الانتخابية و تأثير وسائل الاتصال

[1] صفوت العالم، الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية، المرجع السابق الذكر، ص93

[2] Blumler, Jay G., Communication to Voters, London : Sage Publication, 1983, p 25

[3] صفوت العالم، الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية، المرجع السابق الذكر، ص95

في حدوث تغييرات معينة في الاتجاهات السائدة لدى الناخبين. فضلا عما تحققه من نجاح محدود في الظروف الطبيعية إذا كان إعداد الحملة الانتخابية و تنفيذها يسيران في الاتجاه السليم ووفق ظروف مواتية.[1]

المبحث الثاني: أساليب و وسائل الحملة الانتخابية

المطلب الأول: أساليب الحملة الانتخابية:

تعد الأساليب الدعائية مجموعة من العناصر القادرة على خلق رد فعل معين مقصود، لدى المستقبل بحيث تؤدي من خلال التأثير العاطفي و المعرفي إلى إقناع الجمهور المستهدف و من ثمة تحقيق أهداف الحملة الانتخابية.

أولا: الأساليب الشرعية:

✓ **أسلوب التبسيط** :و هو جزء القائم بالعملية الاتصالية في الحملة الانتخابية بتجزئة الأهداف و البرامج إلى نقاط معدودة و محدودة بوضوح قدر المستطاع.

✓ **أسلوب التكرار** :يعد التكرار من أكثر الأساليب استعمالا في الحملات السياسية) لاسيما في الحملة الانتخابية و لكي نفهم التكرار لابد من تحليل مختلف العمليات النفسية التي تؤثر في سلوك الناخبين و ذلك عن طريق إقناعهم بتقبل فحوى الرسالة.[2] و يمكن إدراج بعض الأدوار المتعددة التي يؤديها التكرار:[3]

- **الإدراك** :يقوم التكرار بدفع الشخص المستهدف أي جمهور الناخبين الذين لم يلفت انتباههم برنامج المرشح خلال التقديم السابق في الحملات الانتخابية إلى إدراكها، أي إدراك الحملة الانتخابية.

- **الحفظ و التذكر**: أما الدور الثاني فيكمن حصره في التذكير ببرنامج المرشح و ذلك حتى يرسخ في ذاكرة الجمهور المستهدف فلا ينسى، و هذا هو الهدف الذي يكون السعي إليها غالبا.

---

[1] صفوت العالم، الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية، المرجع السابق الذكر، ص95

[2] غي ، 1987، ص0116 ط التوزيع، و النشر و للدراسات الجامعية المؤسسة :بيروت لله، رزق رالف :ترجمة السياسية، الدعاية و الدعاية دورندان،

[3] زكرياء بن صغير، المرجع السابق الذكر، ص29

- **السيطرة** :التكرار في حالات كحالة الحملة الانتخابية يملك فكر بعضهم لدرجة إحداث نوع من الهاجس لديهم، فبدلا من إدراك هذه الحملات بطريقة فاترة فإنهم يستقبلونها لآملين في الوقت نفس التخلص من إزعاجها لهم و هذا ما يدفعهم إلى متابعتها باستمرار لاستكشاف السلسلة بكاملها لا سيما إذا كانت تحمل نوعا من التشويق.

-**التنوع في التأثير** :يجب التنويع في أساليب التقديم و العرض من حيث الشكل و التوقيت و المضمون.

-**الشعور بالقوة و الثقة** :حيث يمكن للتكرار أن يولد في نفس الجمهور الشعور بقوة القائم بالحملة فضلا عن تدعيم الثقة اتجاهه.[1]

✓ **أسلوب الصورة السياسية و الشعارات** :في إطار الحملات الانتخابية تعد الصورة احد الأشكال التعبيرية الممتازة من ضمن العديد من أساليب السياسة، و هي تفرض نفسها بفعالية في التظاهرات السياسية، لذلك يجب على القائم بالاتصال في الحملات الانتخابية أن يراعي ضرورة التحكم بتقنيات الصورة السياسية بوصفها منتوجا قائما بذاته، و ذلك بفعل السيطرة و التحكم بالسوق الانتخابية. من هنا أخذت الصورة السياسية الشكل العام في كونها ورقة تحمل نصا مصورا تمثيليا أو خطيا.[2]

و يمكن تعريف الشعار بأنه: تعبير مباشر و موجز يلخص أهداف الحملة الانتخابية و يمكن تكراره بيسر و سهولة في جميع الوسائل و بكل الطرق المستخدمة حتى يصبح أداة تمييز للجماعة السياسية أو الحزب أو الزعيم السياسي، و يمكن اعتباره بعد فترة نداءات للنضال أو هتافات لتأييد المرشح أو الحزب.[3]

✓ **أسلوب الرموز السياسية** :تعد الرموز السياسية أفضل أساليب الحملة السياسية لدى القادة و الرؤساء عند مخاطبة الجماهير و كسب ثقتها و تأييدها.[4]

---

[1] صفوت العالم، الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية، المرجع السابق الذكر، ص ص63 ، 64

[2] Kai, Hafez, Introduction Mediated Political Communication in the Middle East, Op, Cit, p 201

[3] صفوت العالم، الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية، المرجع السابق الذكر، ص52

[4] احمد بدر، الاتصال بالجماهير و الدعاية الدولية، المرجع السابق الذكر، ص169

حيث تشير قاعدة الاستمالة الثلاثية إلى أن هناك الرموز تكون أكثر إقناعا إذا استجابت في ذات الوقت لمكونات ثلاثة في شخصية الفرد، أي أن القائم بالحملة يحاول أن يزيل مقاومة الفرج بناء علـــى معلوماته السابقـــة و ذلك بتقديمه لأفكاره و أفعاله على أنها:[1]

(أ) عقلانية، مناسبة و ضرورية = إرضاء الأنا و الذات
(ب) مقبولة = إرضاء اللاشعور
(ت) أدبية و خلقية = إرضاء الذات العليا

أي أن رموز القائـــم بالحملة و كل ما يقوله يتفق مع المنطق و الواقع و إنها يجلب له الراحـــة و الآمان و السلام و يرضي رغاباته و حاجاته و أنه يتفق مع الخلق و الدين .و يوضح الشكل التالي العلاقات القائمة بين الرمز السياسي و مضمونه و معناه و دوره في الحملة السياسية للحزب أو المرشح الذي يمثله:

تتشكل القاعدة أو الأساس الخاص بالحملة الانتخابية من العقيدة أو النظرية السياسية الاقتصادية، مثال ذلك العقيدة الرأسمالية أو الاشتراكية...و غيرها، و يلي ذلك خلاصة **هذه** النظرية و **هدفها** في العمل التنفيـــذي و يتمثل في البرنامج السياسي مثال ذلك برنامج الحزب الديمقراطي السياسي الأمريكي أو الحزب الجمهوري، ثم يأتي بعد ذلك تكثيف أعظم للأفكار العامة و المبادئ الأساسية للبرنامج في صورة الشعارات السياسية.

و يأتي في قمة الهرم الرمز السياسي الذي يعد إشارة اختزالية عن الشعار السياسي و البرنامـج و العقيـــدة أو النظرية. و تبرز أهمية الرمز السياسي في كونه قصيرا بسيطا يمكن أن يؤثر بسرعة ليكون المنعكس الشرطي المستهدف بكل يسير و سهولة، و تقسم الرموز إلى الرموز المصورة أو المرسومة و الرموز الحركية.[2]

[1] L. Swanson David, The Homologous Evolution of Political Communication and Civic Engagement, Op, Cit,p48

[2] Milbarth, Lester W., Political Participation How & Why Do People Get Involved in Politics, Chicago : Rand Mcnally & Company, 3ed Ed, 1992, p 13.

✓ **أسلوب المناظرات الانتخابية:** المناظرة الانتخابية هي أسلوب من أساليب الحملة الانتخابية المستجدة، و هي عبارة عن مبارزة انتخابية علنية بين المنافسين يديرها أفراد أو هيئات محايدة و الحكم فيها هم **هيئة** الناخبين[1].

✓ **أسلوب الهدايا الانتخابية** :و هو أسلوب شائع في كافة الدوائر الانتخابية[2]. ومن أمثلة ذلك في الحملة الانتخابية لكلا من باراك اوباما و جون ماكيين للرئاسة الأمريكية ما يلي:

- توزيع وجبات غذائية بالمجان على الناخبين.
- توزع قداحات السجائر و الكبريت و قواعد أكواب الشاي (مطبوع عليها اسم المرشح أو الحزب الذي ينتمي إليها على الناخبين).
- توزيع قبعات و قمصان و أوشحة مكتوب عليها اسم المرشح و بنفس الألوان التي تحتويها الشعارات الخاص به.

✓ **أسلوب الزيارات الانتخابية** و يتمثل **هذا** الأسلوب الدعائي في صورتين:

الأولى :الزيارات الانتخابية الخاصة :و **هي** التي يجريها المرشح لبعض الأفراد من قادة الرأي.

الثانية :الزيارات الانتخابية العامة :و تشمل المرور على المستشفيات العامة و توزيع الهدايا على المرضى و زيارة الجمعيات الخيرية و الدينية.[3]

[1] Marland, Alex, Political Marketing in Modern Canadian Federal Elections, Dalhousie University, 2003, pp 52 - 53

[2] Marland, Alex, Political Marketing in Modern Canadian Federal Elections, Dalhousie University, 2003, pp 52 - 53

[3] Marland, Alex, Political Marketing in Modern Canadian Federal Elections, Op, Cit, p 58.

ثانيا: الأساليب غير الشرعية:

أسلوب شراء الأصوات :و هو أسلوب لا أخلاقي في الحملة الانتخابية، يقوم المرشح من خلاله بإعطاء قيمة مادية أو معنوية للناخب مقابل صوته.[1]

أسلوب القسم و أخذ العهود :و مؤداه قيام المرشح بأخذ عهد موثق بالقسم من قادة الرأي على الإدلاء بأصواتهم لصالحه.[2]

أسلوب التزوير :هو التلاعب بفرز الأصوات أو التلاعب بمحاضر الانتخابات[3].

أسلوب الشائعات الانتخابية :كان أسلوب الشائعات الانتخابية هو الأسلوب السائد في الانتخابات بغض النظر عن إطارها، و يمكن تصنيفها فيما يلي[4]:

– أسلوب حجب المرشح عن دائرة المنافسة الانتخابية في اللحظات الأخيرة بحجة مثلا :وفاة المرشح المنافس، تنازل المرشح المنافس.

– أسلوب النيل من سمعة و نزاهة المرشح المنافس.

أسلوب الإسقاط :يعد أسلوب الإسقاط من أكثر أساليب الدعاية السياسية شيوعا، و تبرز أهمية استخدام هذا الأسلوب خلال الحملات الانتخابية حيث يسعى كل مرشح أو حزب سياسي إلى تأكيد فوزه و نجاحه في كسب أصوات الناخبين و توجه النقد و الاتهامات للمرشحين المنافسين.[5]

[1] زكرياء بن صغير، المرجع السابق الذكر، ص ص32 ، 33

[2] علي ميهوب، الحملات الانتخابية في الصحافة اليمنية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الآداب، 1999 ، ص26

[3] Kai, Hafez, Introduction Mediated Political Communication in the Middle East, Op, Cit, p 223

[4] محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية :دراسة نظرية و تطبيقية، المرجع السابق الذكر، ص ص 109 112

[5] مختار التهامي، الرأي العام و الحرب النفسية، القاهرة :دار المعارف، ط 10، 1982، ص 110

المطلب الثاني: وسائل الاتصال المستعملة في الحملات الانتخابية:

أولا: دور وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية:

زادت في السنوات العشرين الأخيرة أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية نتيجة العديد من التطورات من أهمها[1]:

- ✓ تضاؤل قوة الحزبين السياسيين الأمريكيين " الجمهوري و الديمقراطي "مع زيادة حجم المواطنين الأمريكيين المستقلين الذين لا ينتمون لأي من الحزبية الكبيرين، و من هنا لا يستطيع السياسيون الوصول إلى هؤلاء الناخبين المستقلين و التأثير فيهم إلا عن طريق استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية.
- ✓ صارت الحملة الانتخابية التي يقوم بها الحزبان باختيار مرشحيهما للرئاسة كل أربع سنوات أكثر تعقيدا، و في الوقت نفسه أكثر انفتاحا، و قد ازداد عدد الانتخابات الأولية ازديادا كبيرا منذ انتخابات 1964م، مما زاد من اهتمام الصحافة و تغطيتها للمؤتمرات الحزبية و رغم أن بعض الولايات تخلت عن الانتخابات الأولية 1984 م إلا أن اهتمام الصحافة السياسية بتغطيتها قد زاد.
- ✓ أسهم التلفزيون بتغطيته للانتخابات الأولية و أعمال المؤتمرات الحزبية في تغيير طبيعـــة المؤتمـــرات، و منذ 1952 م تجتذب تغطية التلفزيون لأعمال المؤتمر منذ بدايتها إلى نهايتها ملايين المشاهدين، و في عام 1980 على سبيل المثال شاهد 83.7 % من مجموع مشاهدي التلفزيون.

1. وسائل الاتصال الجماهيري:

أ– التلفزيون: لقد كانت المواجهة التلفزيونية بين المرشحين للرئاسة الأمريكية في انتخابات 1960 بين (نيكسون و كنيدي) أول مواجهة سياسية تلفزيونية من نوعها.[2]

[1] Marland, Alex, Political Marketing in Modern Canadian Federal Elections, Op, Cit, p 74

[2] غي دورندان، المرجع السابق الذكر، ص99

و في هذا الإطار يتقد خبراء التسويق السياسي بمجموعة من النصائح للزعماء السياسيين لدى مرورهم في التلفزيون إذ يعتقدون أن نجاحهم يتطلب أربعة عناصر هي[1]:

- ✓ الحرارة الإنسانية في الخطاب
- ✓ الإقناع أي أن يكون رجل السياسة مقتنعا تمام الاقتناع بالأفكار التي يدافع عنها و يظهر ذلك للمشاهد من خلال كلامه و حركاته و ردود أفعاله.
- ✓ الصدق و معناه أن يكون صادقا في أقواله، و هذا يتجلى في الحركات العفوية، و في ردود الفعل. علما بان الصدق ليس مرتبطا بالضرورة بمنطق الخطاب.
- ✓ الذكاء و هو يقتضي عدم ترديد الأقوال المعروفة و الشائعة و الإجابة عن الأسئلة غير المنتظرة ببراعة و دقة، حيث يلاحظ أن المرشح باراك اوباما قد نجح فعلا في توظيفه الذكاء الاجتماعي أثناء تواصله مع الجماهير و هذا ما أثقل كفة الثقة بينه و بين جمهور الناخبين.

ب– الإذاعة: إن الحيز الذي تغطيه أمواج الأثير الإذاعية يجعلها قادرة على توصيل الرسالة الإعلامية إلى قواعد جماهيرية ضخمة بغض النظر عن موقعها .و لعل هذا السبب الأكثر خطورة في احتكار الحكومات لدور الإذاعة التي تقوم بوظيفة سياسية تتمثل في صناعة الرأي العام و توجيهه وتكتيل الأفراد الناخبين تجاه مرشح ما.[2]

ج– الصحافة المكتوبة: على الرغم من تطور التلفزيون و الراديو في المجال الدعائي، فإن الصحيفة تبقى الوسيلة المهمة في هذا المضمار، ويوجد في عديد من الدول نظام يضم أنواعا مختلفة من الإصدارات تهدف في كثير من الأحيان إلى ممارسة تأثيرها الإيديولوجي في مختلف فئات السكان على أكمل وجه.[3]

[1] حسن قرنفل، النخبة السياسية و السلطة، الأردن :دار اليقين للنشر و التوزيع، 2004 ، ص193

[2] زكرياء بن صغير، المرجع السابق الذكر، ص ص 39 40

[3] غي دورندان، المرجع السابق الذكر، ص101

2. أساليب الاتصال الشخصي:

أ- الاتصال عبر المنظمات:

- ✓ المنظمات السياسية (الأحزاب): تعد الأحزاب السياسية من مقومات الديمقراطية الغربية، فهي تمثل مؤسسات سياسية منظمة تسهل تجميع المصالح لجماعات.[1]
- ✓ المنظمات غير السياسية أو جماعات الضغط: إن الجمعيات أو المنظمات غير السياسية تضمن العلاقة بين الجمهور و المرشحين.

أ- الاتصال عن طريق التجمعات و المظاهرات :تعد المهرجانات من أشد الوسائل تأثيرا في جمهور الناخبين، فهي وسيلة فاعلة في الاتصال كونها ذات تأثير سريع، و لأنها عنصر أساسي في الحملات الانتخابية، فقد استخدمها رجل الدعاية هتلر الذي عرف على نحو يثير الإعجاب.[2]

3. استخدام الانترنت في الحملات الانتخابية:

يقصد بالتسويق السياسي الالكتروني استخدام وسائل الاتصال الالكتروني الحديثة المتمثلة في أبرزها الانترنت و ما تقدمه من خدمات التي يمكن أن تبث من خلالها رسائل الحملات الالكتروني في نطاق واسع، و لقد رأى بعض الباحثين أن الانترنت أداة واعدة في هذا المجال، و إنها سوف يحدث ثورة في الاتصال السياسي خاصة فيما تعلق بالمشاركة السياسية.[3]

ثانيا: الأسباب التي دفعت إلى استخدام الانترنت في الحملات الانتخابية المعاصرة:

[1] زكرياء بن صغير، نفس المرجع أعلاه، ص42

[2] زكرياء بن صغير، نفس المرجع أعلاه ، ص44

[3] محمد سعد أبو عامود، التسويق السياسي و إدارة الحملات الانتخابية، الإسكندرية :منشأة المعارف، 2008 م، ص205

يمكن تقسيم هذه الأسباب إلى ثلاث مجموعات تتمثل في :الأسباب السياسية، الاقتصادية، الاجتماعيـــة و الثقافية، و يمكن عرضها تفصيلا على النحو التالي:

1. الأسباب السياسية:

أول هذه الأسباب يتعلق بالتراجع الواضح في مشاركة المواطنين في التصويت في الانتخابات، الأمر الذي دفع إلى البحث عن الوسائل التي يمكن أن تدفعهم إلى المشاركة، و قد تركز البحث في هذا الصدد حول تخفيف الأعباء التي يتحملها المواطن للإدلاء بصوته.[1]

و الجدير بالذكر أن هذه الفكرة بدأت في بريطانيا و الولايات المتحدة الأمريكية، و إن كان تطبيقها محدود، كما أن مملكة البحرين وضعت نظاما للتصويت الالكتروني، و حاولت الجهات المختصة تطبيقه في الانتخابات النيابية و البلدية التي أجريت عام 2006 م، إلا أن الاعتراضات التي واجهت هذه المحاولة من جانب اغلب القوى السياسية المشاركة في الانتخابات أدى إلى اتخاذ قرار بتأجيل تطبيقها إلى الانتخابات التالية عام2010 [2].

2. الأسباب الاقتصادية:

لاشك في أن التكلفة المنخفضة لتوظيف وسائل الاتصال الالكتروني في نطاق الحملات الانتخابية المعاصرة كانت من أهم الأسباب التي أدت إلى هذا التوظيف و اتساع نطاقه، من ناحية أخرى كان للتطورات الاقتصادية التي شهدتها المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن العشرين و مطلع القـــرن الحـــادي و العشرين اثر في هذا المجال[3].

3. الأسباب الاجتماعية و الثقافية:

[1] Wang, F, Head, M, A Relation Ship Building Model For The Web Retail Marketing , London : Journal Of Computer Mediated Communication, 2000, pp 374-384.

[2] Sheffer, M., State Legislators Perception of the Use of Email in Constituent Communication, London: Routledge, 2004, p156.

[3] Joel, Berg: Politics, Campaigns & Elections, New York : 2008, p 59.

أدى اتساع نطاق استخدام تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات إلى بروز تشكيلات اجتماعية جديدة في المجتمعات المعاصرة، فالشريحة الاجتماعية التي تملك مهارات استخدام هذه التكنولوجيات الجديدة في عملها و في حياتها الخاصة تتنامى باستمرار و تضم قطاعات معينة في هذه المجتمعات خاصة الشباب، و من ثم فقد ازداد اهتمام الأحزاب السياسيين بها من اجل اجتذابها للمشاركة السياسية، و من ثم كان الوصول إليها من خلال الوسائل الملائمة لها و لخصائصها النوعية هو الأسلوب الملائم لتحقيق هذا الهدف.[1]

ثالثا: استخدام البريد الالكتروني و الرسائل الإخبارية الالكترونية في الحملات السياسية:

توضح إحدى الدراسات أن المرشح السياسي أو الحزب السياسي الذي يتحكم بالاستخدام الفعال للبريد الالكتروني سوف يسيطر على الساحة الانتخابية و بعض الباحثين يرون أن الاقتراع عبر البريد الالكتروني سوف يكون له تأثير غير مقصود من حيث إضفاء الفوضى على المجتمع و الاقتصاد و السياسة، و مع ذلك فحتى ألان لا يوجد دليل على ذلك التأثير للبريد الالكتروني في هذا المجال.[2]

و البريد الالكتروني منح الأحزاب الثلاثة الرئيسية في بريطانيا وسائل فعالة و أقل تكلفة للوصول إلى المتلقين داخليا و خارجيا، و شهدت الانترنت ازدهارا ملحوظ في السنوات الأخيرة في الولايات المتحدة الأمريكية خاصة بظهور الشبكات الاجتماعية و حركية الواقع الالكترونية المزودة بخدمات تضمن الممارسة الديمقراطية للمشاركة السياسية الالكترونية و هذا ما شهدته الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية 2008 م خاصة من جانب المرشح الديمقراطي باراك أوباما الذي اعتمد مدير حملته – دايفد بلوف – احدث طرق التواصل الالكتروني للوصول الاستمالة القوية و الفورية للجمهور الأمريكي.[3]

رابعا: تنظيم الحملة الانتخابية:

[1] E, Denton Robert, Jim Kuypers, Politics and Communication in America, Waveland Press, 2008, p 87.

[2] Denis, McQuail, Doris A. Graber, The politics of news: the news of politics, Washington : D.C: CQ Press, 2007, p 201.

[3] Gitelman, Lisa and Geoff rey B. Pingree, Introduction New Media, Cambridge: MIT, 2003, p 240

1. أهمية التنظيم للحملة الانتخابية:

تكمن أهمية التنظيم في الحملات الانتخابية فيما يلي[1]:

- ✓ يترتب على عدم وجود تنظيم إداري أو إدارة جيدة للحملة الانتخابية الفوضى و الارتباك في توزيع الأعمال مما يؤدي إلى إعطاء مردود ضعيف في نجاح الحملة الانتخابية و من ثمة تراجع حضوض المرشح في الفوز بالانتخابات.
- ✓ يؤدي عدم وجود تنظيم إداري للحملة الانتخابية إلى مبالغة بعض وحدات هيئة أركان الحملة في أهمية الدور الذي تؤديه على حساب وحدات أخرى و نتيجة لذلك تبالغ في تقدير احتياجاتها على حساب الوحدات الأخرى.
- ✓ يؤدي عدم وجود تنظيم إداري إلى سوء توزيع الأعمال خلال مدة الحملة الانتخابية و كذلك أثناء عملية الاقتراع، فقد توضع الكفاءات العليا في أعمال اقل مما تتطلبه هذه الأعمال من كفاءات و بالعكس.

2. مراحل إعداد الهيكل التنظيمي:

يمر إعداد الهيكل التنظيمي للحملة الانتخابية بمراحل عدة من أهمها[2]:

- ✓ تحديد الأهداف الأساسية التي تتوجه الجهود إلى تحقيقها و عليها يمكن تحديد الاحتياجات التنظيمية التي تؤثر في اختيار الهيكل التنظيمي المناسب.
- ✓ تحديد العلاقات و المسؤوليات بين مختلف الوحدات التنظيمية و ذلك للقضاء على الازدواجية في العمل.
- ✓ تحديد اختصاص كل وحدة تنظيمية مع توضيح واجباتها ومسؤولياتها و صلاحيتها.

[1] Ralph, Negrine. M and Darren G. Lilleker, The Professionalization of Political Communication, Op, Cit, p 89.

[2] محمد أبوعامود، الاتصال بالجماهير وصنع القرار السياسي في مصر، المرجع السابق الذكر، ص111

✓ تقسيم النشاطات إلى نشاطات رئيسية و أخرى فرعية و تجميع كل **هذه** النشاطات في وحدات تنظيمية مناسبة.

✓ إعداد الخريطة التنظيمية و الدليل التنظيمي للحملة الانتخابية. و من ابرز مميزات الهيكل التنظيمي للحمالة الانتخابية ما يلي :

- يحقق الاتصال بأكثر فاعلية بين جميع المستويات.
- استجابة سريعة لجميع المتغيرات أثناء الحملة.
- التناسب مع المدة الزمنية للحملة.
- تغطية جميع أنشطة الحملة.

خلاصـة:

في ختام هذا الفصل يمكن القول، أن الحملة الانتخابية التي ترافق عملية الانتخابات هي إحدى الوسائل المهمة لتوعية الناخبين ولإثراء الحوار السياسي. إن أي مرشح لكي يفوز لابد من مقابلة الناخبين وإقناعهم بأنه المرشح الأفضل لتمثيلهم في المجالس النيابية المحلية أو الوطنية، وتعتبر الحملة الانتخابية إحدى الوسائل المهمة للقاء الناخبين والتحدث إليهم من طرح برنامج نيابي وخطة عمل شاملة، وهو الشيء الذي تفتقده الحملات الانتخابية في الجزائر، وهذا راجع لعدم وجود برامج انتخابية تمتاز بالشمول ومعالجتها للمشاكل.