جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم: العلوم الانسانية

ميدان: علوم الإعلام والإتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
نعيمة بلخادم / قدور عبد الرزاق

يوم.....

البعد الاتصالي في الخطاب السياسي خلال الأزمة السياسية في الجزائر 2019

(دراسة تحليلية عن عينة من خطابات الفريق قائد الأركان أحمد قائد صالح)

لجنة المناقشة:

محمود عياد	الرتبة	جامعة محمد خيضر بسكرة	مشرقا
العضو 2	الرتبة	الجامعة	الصفة
العضو 3	الرتبة	الجامعة	الصفة

السنة الجامعية: 2019-2020

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

يقول الشاعر" قم للمعلم ووفه التبجيلا كاد المعلم ان يكون رسولاً، تلك هي كلمات يعجز اللسان عن نطقها

اتقدم بشكري وتقديري لاساتذة الاعلام والاتصال على مجهودات مبذولة في سبيل توجيهنا طيلة مسيرة دراسية

واتقدم بشكري الى الاستاذ المشرف " محمود عياد"اتمنى ان يجعل كل تعبه وسهره في ميزان حسناته واتمنى له توفيق ونجاح في مشواره تدريسي .

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
مقدمة	أ
الـــفـــــصل الأول: الإطار الـــــمنـــــهجي	
إشكالية الدراسة	**03**
تساؤلات الدراسة	**03**
أهداف الدراسة	**03**
أسباب اختيار الموضوع	**04**
أسباب ذاتية	**04**
أسباب موضوعية	**04**
تحديد مفاهيم الدراسة	**04**
منهج الدراسة وأدواتها	**06**
مجتمع البحث والعينة	**14**
الدراسة السابقة	**15**
الـــفـــــــصل الـــــثاني : الإطار الـــــنظـــــري للدراسة	
المبـــــحث الأول : ماهـــــية الاتصـــال	**19**
المطلب الأول : مفهوم الاتصال	**19**
المطلب الثاني : خصائص الاتصال وعناصره	**20**
المطلب الثالث : نماذج الاتصال الجماهيري	**24**
المطلب الرابع: نظرية تحليل الإطار الإعلامي	**27**
المبحـــــث الثـــاني :الاتـــصـــال الســـياســـي	**31**
المطلب الأول : تعريف الاتصال السياسي ونشأته	**31**
المطلب الثاني : وظائف الاتصال السياسي	**33**
المطب الثالث : نماذج الاتصال السياسي	**36**

المبـــحث الثـــالـــث : أزمة الإعلام الســـياسية في االـــجزائـــر	**38**
المطلب الأول : هيمنة السلطة على الإعلام (1962-1965)	**39**
المطلب الثاني : التركيز على الإعلام السمعي البصري (1965-1978)	**40**
المطلب الثالث: الإعلام الحزبي الموجه (1979-1988)	**41**
المطلب الرابع: الإعلام التعددي الفوضوي (19888-1997)	**42**
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
1. التعريف بعينة الدراسة التحليلية	**45**
2. الجداول	**50**
3. التحليل الكمي والنوعي	**52**
4. نتائج الدراسة	**53**
خاتمة	**56**
قائمة المصادر والمراجع	**58**

مقدمة

يعد الاتصال ظاهرة وسلوك انساني يستخدمه الفرد، يوميا بين افراد المجتمع لتحقيق اهدافه واشباع رغباته، فاهمية الاتصال تكمن في القدرة على المشاركة والتفاعل مع الاخرين وتبادل الاراء والافكار والمعلومات فهو ضرورة لا يمكن للانسان ان يحيا بدونها.

وان الاتصال السياسي يعد ضرورة في البيئة السياسية، سواء داخل المجتمع او خارجه وهذا لتشكيل راي عام محلي او عالمي حول قضية سياسية معينة يضمن تفاعل الفرد مع المرسل حول قضية معينة يراد من خلاله توصيل فكرة أو تعزيز أو تغيير أو تعديل سلوك، يخدم تيار سياسي معين.

وتعد الجزائر البلد الذي شهد اضطرابات سياسية منذ حصوله على الاستقلال الى يومنا هذا ولم يحظى باستقلال سياسي واضح المعالم، فقد شهد عدة تظاهرات من بينها المسيرات الشعبية السلمية التي زعزعت الكيان السياسي في السلطة مما انجر عنه خطابات يحاول من خلالها مخاطبة الشعب ومحاولة السيطرة عليه من خلال الرسائل الاتصالية التي تعبر عن انشغالات وآراء الرأي العام المحلي .

الـــفـــصل الأول: الإطار الـــمنـــهجي

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أهداف الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أسباب ذاتية

أسباب موضوعية

تحديد مفاهيم الدراسة

منهج الدراسة وأدواتها

مجتمع البحث والعينة

الدراسة السابقة

إشـــكـاليـــة الـــــــدراســـــة:

العملية الاتصالية تعتبر الحلقة الأساسية التي ترتبط بين المؤسسات والمحيط الخارجي هذا الاخير الذي يعتبر ضروري لادراك مدى نقل الرسائل الاتصالية واستيعابها وتتضمن هذه الرسائل افكار ومعلومات ومعارف، الهدف منها خلق تفاعل مما يسمح بتبادل وجهات النظر والمعارف والخبرات، وتحمل العملية الاتصالية عدة دلالات قد تكون سياسية مثل النشاط الحزبي، والعملية الانتخابية او اجتماعية مرتبطة بمشاكل اجتماعية الا انها في معظم الحالات تسعى الى تحقيق ثلاث اهداف سياسية وهي تعديل السلوك تغيير السلوك، او المحافظة على السلوك.

ويعتبر الخطاب السياسي كإستراتيجية اتصالية من شانها احتواء الازمة كما هو الحال في الجزائر، فخطابات قائد الاركان قايد صالح هي شفرات ودلالات من شانها ان تضمن تفاعل المرسل مع المستقبل مراعيا من خلاله السياق الاجتماعي والوضع السياسي الحالي الذي تشهده الجزائر، يحاول من خلال خطاباته استخدام عبارات وجمل وكلمات من شانها ان تضع المرسل والمتلقي في اطار واحد ليتم تحقيق تفاعل وتبادل وتشارك في الافكار مراعيا الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، مشكلا من خلال ذلك رسالة اتصالية من شانها التاثير على الاراء والاتجاهات لتحقيق اهداف معينة.

فما يجعلنا نطـــــــرح المـتســـاؤل الأتـــي :

ماهي تجليات البعد الاتصالي في الخطاب السياسي للفريق احمد قايد صالح خلال الازمة السياسية بالجزائر ؟

تـــــساؤلات الـــــــفـــرعـــــــيـــة للدراسة:

1-ماهي طبيعة المواضيع المتناولة في خطاب الفريق احمد قايد صالح؟

2-ماهي الشخصيات الذات الاهمية في الخطاب؟

3-ماهي الاهداف الاتصالية للخطاب؟

4-ماهي القيم المعتمدة في الخطاب؟

أهـــــداف الـــــــــدراســـــــــــة:

1-التعرف على طبيعة المواضيع المتناولة في الخطاب.

2-معرفة الشخصيات ذات الاهمية في الخطاب .

3-التعرف على الاهداف الاتصالية في الخطاب.

4-تسليط الضوء على اهم القيم الموجودة بالخطاب.

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب الذاتية: الوضع الذي شهدته البلاد منذ الاعلان عن ترشح الرئيس المنتهية ولايته لعهدة خامسة وبروز ابرز الخطابات من قبل قائد الاركان دفعنا الفضول لمعرفة ماتحمله هذه الخطابات من دلالات ورموز ومعاني.

أسباب موضوعية:

- قلة الدراسات التي تناولت دراسة الخطاب من منظور اتصالي.
- معرفة التطورات الحاصلة في مجال الاتصال السياسي اي مدى قوة الكلمات المستخدمة في الخطابات الاتصالية .

تحديد المفاهيم :

تعريف الاتصال: التعريف الاصطلاحي:

لقد عرف الباحث كارل هوفلاند الاتصال بانه العملية التي يقوم بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات(عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الافراد الاخرين (مستقبل الرسالة)[1]

التعريف الاجرائي:

البعد الاتصالي: هو البعد السياسي والاقتصادي والامني والاجتماعي الذي من شانه ان يضمن تفاعل المستقبل مع المرسل ضمن الرسالة الاتصالية التي يسعى القائم بالاتصال الى تحقيق اهدافها حول قضية معينة لضمان ولاء والطاعة المحكومين للسلطة.

تعريف الخطاب السياسي:

التعريف الاصطلاحي:

هو خطاب اجتماعي يرتبط بالمجتمع السياسي الذي يوجه اليه ويحمل قيمه.[2]

[1] منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان، 2012م، ص33.

[2] محمود عكاشة ،لغة الخطاب السياسي، ط1 ،دار النشر للجامعات، مصر، 2005م، ص 23

الاتصال السياسي: هو عملية نقل المعاني ذات الدلالة السياسية المرتبطة بعمل النظام السياسي.[1]

التعريف الاجرائي:

الخطاب السياسي: وهو الرسالة الاتصالية المصاغة في قالب يسمح للمتلقي بالتفاعل معها وتاثير فيه واقناعه باتجاه قضية سياسية معينة.

تعريف الازمة: التعريف الاصطلاحي:

الازمة بمفهومها العام تعني تهديدا خطيرا متوقعا او غير متوقع، لاهداف وقيم ومعتقدات، وممتلكات سواء تابعة للافراد او المنظمات او الحكومات او البلدان، والتي تحد من القدرة على اتخاذ قرارات فعالة او سريعة.[2]

وتعرف الازمة بانها تغيرات مفاجئة تطرا على البيئة الداخلية او الخارجية للمنظمة او الدولة، اوالبلد برمته ،بسبب قصورمعين سواء عن عمد او غير عمد.

تعريف السياسة: ينظر الى السياسة على انها تتعلق بالانشطة، ذات الطابع السياسي ومن ثم فهي تشير في نظر البعض الى السلوك المتعلق بمؤسسسات وعمليات الحكم هذا بينما يعتبرها اخرون العملية التي بمقتضاها تتعامل الجماعات البشرية مع مشكلاتها وصولا الى اهدافها.[3]

التعريف الاجرائي:

الأزمة السياسية: وهي الوضع السياسي الذي شهدته البلاد منذ حراك 22 فيفري المبارك وهي التغير المفاجئ الذي اصاب البلد .

[1] محمود عكاشة، مرجع سابق ذكره ،ص8

[2] بشير العلاق، العلاقات العامة في الازمات ،بط ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2009م،ص57،59

[3] حسن صعب ،علم السياسة، بيروت، دار العلم للملاييين، 1976 م، ص21

منهج الدراسة وأدواتها: المنهج المستخدم في الدراسة هو منهج المسح وهو من ابرز المناهج المستخدمة في البحث الاعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف بأنه: مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية، يهدف تكوين القاعدة الاساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها.[1]

وتم ايستخدامه بمسح خطابات قائد الاركان.

اما الاداة تم الاعتماد على تحليل المضمون كاسلوب للبحث العلمي يسعى الى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها

كلود كريندف يرى ان تحليل المحتوى هو: احد الاساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الاعلامية بهدف التوصل الى الاستدلالات واستنتاجات الصحيحة ومطابقة في حالة اعادة البحث والتحليل.[2]

من حيث والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في التساؤلات، وذلك بالاعتماد على وحدة العبارة في سياق الفكرة ووحدة الموضوع في سياق الفكرة وذلك من خلال فئات التالية :

فئة الموضوع :

المواضيع المتطرق االيها هي :

1.المواضيع السياسية : فئة الرئيسية

1-1- المسيرات االشعبية االسلمية وهي التي تنظم عبر كامل التراب الوطني والتي تطالب بالتغييرات االسياسية والتي تتميز بطابعها السلمي والحضاري، ويمكن ان تستغل من اطراف معادية للبلاد لزعزعة استقرار الوطن معبرا عن رفضه القاطع لاي تدخل اجنبي في شؤون بلاده الداخلية وانه لن يقبل ان تملى عليه اية دروس من اية جهة كانت كونه سيد قرارته .

[1] سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2017م، ص167

[2] د يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ،ط1، للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر ، 2007م ، ص6.

2-1- الانتخابات الرئاسية : وهي الحل الدستوري هي االحل للخروج من الازمة لتجنب المراحل الانتقالية الوخيمة االعواقب والتي تروج لها بعض الاطراف المعادية لتحقيق مصالحها االضيقةومصالح اسيادها.

3-1- نهج الحوار:لايجاد حلول ملائمة لازمة الحالية، والاسراع في الانتخابات في الاجال المتاحة دستوريا والمقبولة زمنيا.

4-1االسيادة الوطنية: وهي الوحدة الترابية وحماية االشعب من كل مكروه ومن اي خطر محدق.

5-1- المطالب المشروعة للشعب الجزائري: وهي الي من شانها ان تضمن احترام احكام الدستور واستمرارية سيادةالدولة وتحقق توافق رؤى الجميع ومقبولة من كافة الاطراف وهو الحل المنصوص عليه في الدستور في مادته 102.

6-1 را بطة االشعب االجزائري بجيشه: وهي االتفاعل العاطفي من خلال صور التضامن بين الشعب وجيشه اثناء المحن والملمات.

7-1- الاحزاب المرفوضة شعبيا: لا هم لها سوى الانتقاد واالعويل كما يقال في المثل الشعبي االلسان والذراع القصير نطلب منها ان تتقي الله في شعبها ووطنها وتتحلى بالقليل من الكرامة والشرف.

2- مواضيع اقتصادية

التنمية الاقتصادية: النشاط المكثف للحكومة على مستوى المناطق الجنوبية من اجل الدفع بعجلة التنمية بها والوقوف على انجاز مختلف المشاريع االحيوية المبرمجة انطلاق من الحرص على الاقتصاد الوطني.

3-مواضيع ا منية :

3-1. تهديدات داخلية: اطرافا معادية تتربص بالجزائر وتحاول التدخل في شؤونها الداخلية بتواطؤ مفضوح مع العصابة (المندسين، الشرذمة الضالة) في الداخل االتي نحذرها من اللعب بالنار وهي محاولات يائسة تهدف بالاساس الى زعزعة استقرار وامن الجزائر وشعبها.

3-2- التهديدات الخارجية(الاجنبية): االجزائر مستهدفة من طرف اعدائها سلاح هؤلاء الاعداء هو تجريد الشعب الجزائري من كل ركائز قوته المتمثلة اساسا في مقومات شخصيته الاساسية وثوابته الوطنية وقيمه.

3-3- قضايا الارهاب: الارهاب االهمجي الذي حاربه االجيش الوطني االشعبي الى جانب اخوانهم من الاسلاك الامنية الاخرى والمواطنين بكافة فئاتهم التضحيات الجسام لكونهم يحملون الجزائر في قلوبهم ويعملون على حفظ امنها واستقرارها.

2 /فئة الفاعل: فئة رئيسية:

الفئات الفرعية:

التعرف على االشخصيات ذات الاهمية في الخطاب :

1- الشعب االجزائري: وهو الذي يقوم بمسيرات شعبية سلمية والذي حافظ على السمعة الطيبة لبلاده.الواعي والراشد لا يحتاج لوصاية اية جهة كانت ولا يحتاج من يملي عليه ما يجب فعله.

2- الجيش الشعبي الوطني :هو الحافظ لاستقلال الوطني والساهر على الدفاع عن السيادة الوطنية.

3- الاطراف المعادية : وهي الشخصيات التي تكون داخلية او خارجية ذات النوايا السيئة والتي تقوم بمناورات مشبوهة بهدف زعزعة استقرار البلاد والاحزاب السياسية التي من شانها اطالة عمر الازمة، الشخصيات الموالية لفرنساويشير اليها تارة بالتلميح وتارة بالتصريح.

3/فئة القيم :فئة رئيسية:

الفئات االفرعية :

القيم الوطنية :

1- الاخلاص للوطن : تعهدت امام الله والوطن والشعب، نكران الذات وتغليب المصالح العليا للوطن.

2- الوفاء للتاريخ: الثمن الباهض الذي قدمه الشعب الجزائري سواء ابان الثورة التحريرية التي توجت الاستقلال والسيادة الوطنية او خلال فترة مكافحة الارهاب، الوفاء لشهداء الثورة التحريرية وشهداء الواجب الوطني.

3- القيم التاريخية واالثورية: وهي مجموعة بطولات الجيش الشعبي الوطني تاريخية الجيش الضامن والحافظ للاستقلال الوطني .

4/ فئة الاهداف : فئة رئيسية:

فئات فرعية:

اهداف توجيهية :

1. التخويف :تذكير الشعب من الاستفادة من دروس الماضي باستحضار التضحيات التي قدمها الشعب الجزائري سواء ابان الثورة التحريرية المجيدة او خلال سنوات الجمر فترة مكافحة الارهاب.
2. الشعور بالمسؤولية اتجاه الوطن : التحلي باليقظة والحيطة والحذر ومحاولة ادراك المخاطر والتهديدات المحدقة بنا.
3. توحيد الشعب في كنف العلم الوطني وخلود الوطن الى ان يرث الله الارض ومن عليها وفاء لضريبة الدم لشهدائنا الابرار.
4. الوقوف ضد المواقف المتعنة التي تدفع البلاد الى فخ الفراغ الدستوري ودخول في دوامة العنف والفوضى.
5. ضرورة اقتناع الشعب بانتخاب رئيس الجمهورية جديد الذي تكون له الشرعية اللازمة لتحقيق ماتبقى من مطالب الشعب المشروعة.
6. التاكيد على الفطنة والحرص لتحافظ المسيرا ت على سلميتها وحضاريتها وذلك باتاطير والتنظيم مما يحميها من انزلاق او اختراق من طرف المتربصين بامن وطننا واستقراره.
7. التنبيه بالمؤامرات الدنيئة: التي تستهدف زعزعة استقرار البلاد وتهديد امنها جراء المواقف الثابتة وقرارها السيد الرافض للاملاءات حول التخطيط الخبيث للوصول بالبلاد الى حالة الانسداد الذي تعود بوادره الى سنة2015 حيث تم الكشف عن خيوط المؤامرة وخلفياتها.
8. اجراء الانتخابات الرئاسية: في احسن شروط الشفافية والمصداقية عنصر اساسي تستوجبه الديمقراطية الحقيقية وانها ضرورة وليست خيار من اجل بلوغ شاطئ الديمقراطية.

9. تفعيل الضمير الحي للقطاع الاعلامي والمساهمة بحيوية في انتصار الجزائر على من يعاديها ان يساير بكل صدق وصراحة مجرى الاحداث وتطوراتها وان يتحلى بالموضوعية المطلوبة في تناول الوقائع.

اهداف دعائية: (دعاية للجيش عند الشعب)

-كسب ثقة الشعب: العمل بهدوء وصبر على تفكيك الالغام التي زرعها الفاسدون والمفسدون في مختلف قطاعات الدولة وتطهيرها لاسترجاع هيبة الدولة ومصداقية المؤسسات.من خلال دعوت جهاز العدالة لمتابعة قضايا الفساد ونهب المال العام ومحاسبة كل من امتدت يده الى اموال الشعب.

-الاسراع في حماية الوطن والشعب :

-انقاض البلاد من فخ الفراغ الدستوري : البوابة المؤدية الى الفوضى والمجهول.

-لانتقال بالبلاد الى بر الامان

-افشال مخططات العصابة.

-اجهاض مخططات الجهات المعادية قوامها بذل كل الجهود المغرضة من اجل تعطيل الحل الدستوري اي الانتخابات الرئاسية.

-لفت انتباه الشعب الى مغالطات متكررة ومستمرة بكل وقاحة شرذمة ضالة التي تريد ان تفرض رؤيتها المنحرفة على اغلبية الشعب الجزائري

عبر توظيف فروع اعلامية داخل وخارج الوطن ووسائل التواصل الاجتماعي وعلى التسخير المغرض للمسيرات الشعبية والطلابية والحرص على رفع بعض الشعارات الفارغة.

- التاكيد على ثقة المتبادلة بين الجيش وشعبه وهما بمثابة الحامي من اذى العصابة واذنابها.

-تمسك الجيش الوطني الشعبي وحرصه الدائم على القيام بواجبه الوطني حيال الوطن والشعب وفقا للمهام المخولة له دستوريا اتخاذ كافة الاجراءات المتعلقة بالمواطنين وتوفير لهم كافة الضمانات التي تكفل لهم المشاركة القوية والفعالة في الانتخابات الرئاسية بكل حرية وشفافية.

- اغلبية الشعب الجزائري يريد التخلص في اسرع وقت ممكن من هذا الوضع الحالي.

– الشعب الجزائري المتسم بالوعي العميق لكل ما يحيط بوطنه والمتسم بالقدرة الشديدة على التحليل الصائب لخلفيات الاحداث الدائرة وطنيا واقليميا وحتى دوليا هذا الشعب الذي التف برمته حول جيشه ووقف معه وقفة رجل واحد يرى ان اجراء الانتخابات والاحتكام الى الصندوق هو الحل الامثل والاجدى والاصوب للبلاد والعباد.

–تطابق الاهداف الوطنية بين الشعب الجزائري وجيشه وباعتبار ان الجيش الوطني الشعبي هو من صلب هذا الشعب وملتزم كل الالتزام بخدمته في كل الظروف والاحوال وملتزم اشد الالتزام بمرافقة اكثر في كافة المراحل الحاسمة والحساسة.

– واثقون بان الشعب الجزائري الذي يقدس وطنه ويدرك حجم التحديات التي تواجه الجزائر ستكون له اليد الطولى والكلمة الاخيرة في حسم نتائج التحديات لصالح الجزائر.

– **التهديد والانذار:** المؤسسة العسكرية المصممة على الذهاب الى الانتخابات واجرائها في وقتها احب من احب وكره من كره ومهما كانت العقبات والتضحيات .

– لن نترك المجال للعصابة واذنابها لعرقلة هذا العرس الانتخابي الواعد والمفصلي في تاريخ الجزائر فاننا لن نتردد لحظة واحدة في التصدي الصارم لهذه الشرذمة.

استمالات عقلية:

1. االتنبيه بالمؤامرات التي تحاك ضد الشعب والوطن :

– تغليط الراي العام والتشكيك في اي مبادرة وطنية وخبرة ساعية لتجاوز الازمة ويعملون من اجل الزج ببلادنا في متاهات لاتحمد عقباها.

– الوضع لا يحتمل المزيد من التاخير بل يقتضي اجراء الانتخابات المصيرية في حياة البلاد ومستقبلها في الاجال الاجال التي اشر تاليها وهي معقولة ومقبولة تعكس مطلبا شعبيا ملحا كفيل بارساء دولة الحق والقانون.

– لقد اصبح واضحا للعيان اشد الوضوح بان هذه العصابة ومن يدور في فلكها ويأتمر باوامرها هم دخلاء وغرباء عن الشعب الجزائري فمن لا يخدم مصلحة الوطن بمفهومها الحقيقي هو دخيل وغريب عن الوطن بل ومعادي له لان هذه الشرذمة لا تملك حق التفكير فالافراد الخفية التي تقف ورائها هي التي تفكر لها وتامرها بالتنفيذ اننا لا نقول هذا الكلام من فراغ بل لدينا معطيات تؤكد تورط هؤلاء العملاء اقول لا تسامح مع هذه الفئة القليلة.

2. الاقتناع بالحل الدستوري :

– الانتخابات الرئاسية ستجرى في موعدها لان هذا المسعى النبيل هو نابع من الارادة الشعبية وعندما اقول الارادة الشعبية فانني اعني كافة فئات الشعب الجزائري باستثناء العصابة ومن سار في فلكها.

– الانتخابات تعد محطة بالغة الاهمية في مسار بناء دولة الحق والقانون والمرور ببلادنا الى مرحلة جديدة ومشرقة وواعدة ينعم الشعب الجزائري بخيرات بلاده وثرواتها ويحقق طموحاته المشروعة في العيش الكريم.

استمالات عاطفية :

1– حب الوطن والوطنية :

– الشرذمة الضالة والخائنة التي لا تصب في مصلحة الوطن والشعب سيكون مالها الفشل حتما.

– سنبقى الى الابد رفقة كافة الوطنيين مخلصين اوفياء لعهد شهدائنا الابرار لا ولاء لنا الا لله ثم الوطن وستظل عندنا مصلحة الجزائر دائما فوق كل اعتبار والله على ما اقول شهيد.

– الشعب الجزائري الابي الذي يطالب بالحاح بالتعجيل في اجراء الانتخابات الرئاسية هذا الشعب الذي نكن له كل التقدير والاحترام والذي التف بقوة حول جميع المبادرات الخيرة التي قدمتها المؤسسة العسكرية.

– ان التحامل على المؤسسة العسكرية هو جزء من مخطط خبيث هدفه الوصول الى تقييد او تحييد دور الجيش الذي قدم درسا للجميع في الوفاء والاخلاص وحماية الوطن.

–شعبنا الابي التواق الى العيش في سلام وطمانينة في كنف الامن والاستقرار يستحق ان يعيش حياة كريمة في بلاده هذا الشعب الذي يضرب به المثل في حب الوطن والاخلاص ايد وبارك مساعي المؤسسة العسكرية.

–الجزاء العادل الذي ناله بعض افراد العصابة بل رؤوسها على اثر صدور الاحكام القضائية في حقهم نظير تامرهم على سلطة الدولة وسلطة الجيش الوطني الشعبي هذه الاحكام التي جسدت مطلبا شعبيا ملحا ومشروعا. نالت استحسان وترحيب المواطنين.

–وليتيقن الشعب الجزائري انه لن يهدا لنا بال حتى ينال كل مفسد ومخرب للوطن جزاءه العادل وستتتواصل عملية مكافحة الفساد الى نهايتها اي تطهير البلاد من هؤلاء المفسدين

والعابثين بمقدرات الشعب ومستقبل الاجيال مهما تطلب ذلك من جهود مضيئة وتضحيات جسام.

2.الرموز والشعارات:

-الدعيات التي تروج لها العصابة واذنابها والتي يجب محاربتها والتصدي لها تحاول الترويج الى ان الجيش الوطني الشعبي يزكي احد المترشحين للرئاسيات المقبلة وهي دعاية الغرض منها التشويش على هذا الاستحقاق الوطني الهام واننا نؤكد ان الشعب هو من يزكي الرئيس القادم من خلال الصندوق وان الجيش لا يزكي احدا وهذا وعد اتعهد به امام الله والوطن والتاريخ كما نؤكد مرة اخرى انطلاقا من الصراحة التي علمتنا اياها الثورة التحريرية المباركة اننا صادقون في اقوالنا ومخلصون في اعمالنا ولن نحيد عن مواقفنا ابدا.

-الجزائر سائرة نحو وجهتها الصحيحة والسليمة بفضل الله وقوته ثم بفضل وعي اغلبية الغالبة من الشعب الجزائري الذي يعرف دوما في الاوقات الحاسمة كيف يحسم الامور الجدية لصالح الجزائر والجزائر فقط فالجزائر تستحق بان تكون فوق كل اعتبار والله من وراء القصد يشهد على ما اقول.

3.التخويف من المجهول :

- تفطن هذا الشعب الاصيل والابي منذ بداية الازمة الى هذه المناورات المشبوهة وعبر من خلال مسيراته السلمية التي شهد العالم برمته عن حضاريتها.

-بلادنا بلاد الخير تحوز على امكانيات وثروات معتبرة فوق الارض وتحت الارض فلن نترك العملاء ينهبوا رفقة اسيادهم هذه الخيرات الوطنية الزاخرة ولن نترك ارض الشهداء يعيث فيها المفسدون فسادا ولن نسمح لاي كان بالتلاعب بمصير البلاد ومستقبل الشعب الجزائري.

-لقد انتهى والى الابد هذا العهد غير السوي فالكلمة الان اصبحت للشعب الجزائري الذي سيعرف كيف يبني دولة القانون التي لا سيد فيها سوى القانون ومن يحاول عرقلة هذا المسار فقد ظلم نفسه.

-هذا الشعب الاصيل الذي استحسن بشدة وبارك المواقف التي عبرت عنها المؤسسة العسكرية بكل وضوح و منذ بداية الازمة والى غاية اليوم وقدرها حق قدرها من الثقة الكبيرة التي يضعها في جيشه.

-**اثارة الفزع:** من خلال الاسراع في بلوغ الحلول الملائمة لهذه الازمة، الشعب لا يريدتكرار تجارب مريرة سابقة قد كابد ويلاتها وعانى من اثارها اشد المعاناة انه لا ينسى ولا يريد ان ينسى تلك الفترة الصعبة التي مر بها خلال التسعينات وعلينا ان ناخذ العبرة من ما سبق من احداث ماساوية غاب عنها العقل وكان الخاسر الوحيد هو الوطن.

-**الوفاء للعهد المقطوع:** لا طموحات سياسية مبلغ طموحنا هو خدمة بلادنا والمرافقة الصادقة لهذا الشعب الطيب والاصيل .

مجتمع البحث والعينة :

يمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة مجموعة من خطابات قائد الاركان الفريق احمد قايد صالح، اما العينة التي سنستخدمها هي العينة القصدية طبقا لخصائص الدراسة ابتداءا من خطاب 25 اوت 2019م الى 10ديسمبر 2019 وتنصيب الرئيس عبد المجيد تبون كاحل للازمة.

اما عن الصعوبات التي واجهتنا في تحديد العينة هي ضخامة الخطابات 37 خطاب وتم اختيارنا لي 11 خطاب بما يتماشى مع خصائص الدراسة.

الرقم	الخطابات	التاريخ
01	الناحية العسكرية الثانية	25ال 28 اوت 2019
02	خطاب الناحية العسكرية الرابعة	من02الى05 سبتمبر 2019
03	خطاب الناحية العسكرية الخامسة	من11 الى 12 سبتمبر 2019
04	خطاب الناحية العسكرية السادسة	من18الى 19 سبتمبر 2019
05	خطاب الناحية العسكرية االثالثة	من24الى 26 سبتمبر 20219
06	خطاب الناحية العسكرية الثانية	من28 سبتمبر الى 03 اكتوبر 2019
07	خطاب قيادة القوات البحرية	15 اكتوبر 2019
08	خطاب قيادة الدفاع الجوي	30اكتوبر 2019
09	خطاب زيارة العمل التي قادته الى قيادة القوات الجوية	27 نوفمبر 2019
10	خطاب الناحية العسكرية الثانية بوهران	03-05 ديسمبر 2019
11	خطاب الزيارة الى قيادة الدرك الوطني	10 ديسمبر 2019

الـــدراســـة الســـابـــقـــة :

1. دراسة وهيبة حمودي :

انعكاسات الخطاب الرئاسي لعبد العزيز بوتفليقة على الممارسة الاعلامية في الجزائر(صحافة مكتوبة وقطاع التلفزة) دراسة تحليلية وصفية لمضمون خطابات الرئيس في الفترة الزمنية من 1999/04/27م الى 2001/08/21م رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال . من اعداد الطلبة :وهيبة حمودي2002-2003م.

اشكالية الدراسة: ماهي انعكاسات الخطاب الرئاسي الرسمي للرئيس عبد العزيز بوتفليقة على الاداء الصحفي المهني في الجزائر؟ وماهي ردود افعال الصحفيين ازاء الخطاب بما يحمل من تطابق وتناقض بين الممارسة الاعلامية نظريا وعمليا؟

تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات التي تقوم عليها إشكالية البحث وقد جرىإجمالها فيما يلي :

- كيف واقع الممارسة الإعلامية بقطاعي الصحافة المكتوبة والتلفزة قبل مجيء الرئيس عبدالعزيز بوتفليقة إلى الحكم؟
- ما درجة تفاعل الرئيس بوتفليقة مع الصحافيين الجزائريين وآيف يبرز هذا التفاعل؟
- هل أثر محتوى الخطاب الرئاسي على محتوى وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة
- ماهي مستويات قراءة الصحافة الوطنية العمومية والخاصة لمضمون خطاب الرئيس بوتفليقة؟
- ماهو موقع الحق في الإعلام من الأداء التلفزيوني منذ مجيء الرئيس بوتفليقة إلى الحكم؟
- هل توجد مظاهر لقمع حرية الصحافة خلال عهدة الرئيس بوتفليقة؟
- ماهو موقف الرئيس حسب خطاباته من حرية التعبير؟
- حرية الصحافة؟
- هيمنة التلفزة الوطنية من قبل السلطة؟
- عمل الصحافة الوطنية في إطار علاقتها بالرأي العام المحلي والدولي؟
- عمل الصحافة الأجنبية في إطار علاقتها بالرأي العام الجزائري؟
- تكنولوجيات الإعلام والاتصال؟

– ماهي مواقع التطابق والتناقض بين الممارسة الإعلامية الملموسة على الميدان والأداء الإعلامي المحدد في الخطاب الرئاسي

– منهج المستخدم هو المسح واستخدام المنهج التاريخي والمقارن والادوات البحث منها المقابلة العلمية والملاحظة العلمية والاستمارة.

نتائج الدراسة :

1. تقييم الممارسة الاعلامية في الجزائر من خلال الخطاب الرئاسي:

–ان المبادئ الاعلامية التي تستنبط من حقوق الانسان كحرية التعبير والصحافة والديمقراطية الاعلامية هي مفاهيم نسبية لان وظيفتها ترتبط بتحقيق البرنامج السياسي للرئيس.

– التعبير الصحفي الحر لا يلقي اي تجاوب عندما يخرج عن النطاق الذي يخدم جهاز الدولة.

– الصحافة الوطنية الخاصة حسب الخطاب ساهمت في تضخيم قيم السلبية في معالجة القضايا الامنية بصفة خاصة فيما يتعلق بالارهاب بالاضافة الى القضايا الاخرى.

– الاداء الاعلامي التلفزيوني موجه تماما من قبل اجهزة الدولة والتلفزة الجزائرية باعتبارها القناة العمومية الوحيدة مع غياب فضاء التلفزيوني خاص.

الفصل الـثاني: الاطار الـنظري للدراســة

المبـــحث الاول : ماهـــــية الاتصـــال

المطلب الاول: مفهوم الاتصال

المطلب الثاني: خصائص الاتصال وعناصره

المطلب الثالث: نماذج الاتصال الجماهيري

المطلب الرابع: نظرية تحليل الاطار الاعلامي

المبحـــث الثـــاني: الاتـــصـــال الســـياســـي

المطلب الاول : تعريف الاتصال السياسي ونشاته

المطلب الثاني : وظائف الاتصال السياسي

المطاب الثالث : نماذج الاتصال السياسي

المبـــحث الثـــالـــث : ازمـــة الاعـــلام الســـياسية في االـــجزائـــر

المطلب الاول : هيمنة السلطة على الاعلام(1962-1965)

المطلب الثاني : التركيز على الاعلام السمعي البصري(1965-1978)

المطلب الثالث :الاعلام الحزبي الموجه (1979-1988)

المطلب الرابع : الاعلام التعددي الفوضوي(19888-1997)

برزت أهمية الاتصال في حياة الإنسان منذ زمنٍ بعيد؛ فهو العامل المساعد على استقرار الحياة الإنسانية وازدهارها، ويعود له الفضل الأكبر في نمو الفكر الإنساني وتطوره، ونظراً لأهمية الاتصال في حياة الإنسان، فقد اهتم بتطوير وسائل الاتصال التي يستخدمها في حياته اليومية ، في حين يعتبر الاتصال السياسي أحد المجالات البحثية الهامة التيتستقطب الباحثين، كونه أحد أبرز الأنماط الاتصالية وذلك لارتباطه بالمجال السياسي، كما تعد وسائل الإعلام أحد أهم الممارسين لعملية الاتصال السياسي في المجتمع بالنظر لما تقوم به من أدوار اجتماعية وسياسية وتربوية هامة، لذا فإننا في هذا الفصل **و**بعد الإحاطة بالجوانب المنهجية للدراسة من خلال الإطار المنهجي، سنقوم بعرض مختلف الجوانب المعرفية والعلمية، الخاصة بموضوع دراستنا و التطرق إليها في الإطار النظري .

وفي سعينا لعرض هذه الجوانب قمنا بإدراج ثلاث مباحث في الإطار النظري حيث احتوى كل مبحث على ثلاث أو أربع عناصر، و قد كان المبحث الأول بعنوان : **ماهية الإتصال** به أربع عناصر هي: مفهوم الإتصال، خصائص الإتصال و عناصره، إضافة إلى نماذج الإتصال الجماهيري، ثم نظرية الإطار الإعلامي .

أما المبحث الثاني فبعنوان: **الإتصال السياسي** وتضمن ثلاث عناصر هي تعريف الإتصال السياسي و نشأته، ثم وظائفه، بالإضافة إلى نماذج الإتصال السياسي.

أما المبحث الثالث: **فبعنوان أزمة الإعلام السياسية في الجزائر** وتضمن اربع عناصر هي: هيمنة السلطة على الإعلام (1962-1965)، والتركيز على الإعلام السمعي البصري (1965-1978) ، إضافة إلى الإعلام الحزبي الموجه (1978-1988)، و أخيرا الإعلام التعددي الفوضوي (1988-1997) .

المبحث الأول : ماهية الإتصال

1. مفهوم الإتصال :

يعتبر الإتصال المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي و الذي تندرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والإعلاني، فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية و أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعا فيما بينها في أنها عمليات إتصال بالجماهير منها الإعلام، الإعلان، العلاقات العامة، الدعاية حيث يستهدف كل منها تحقيق غايات وأهداف معينة في مجالات متنوعة .[1]

كما يشير مفهوم الإتصالإلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار و المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم و من حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه .[2]

إن كلمة اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني communis بمعنى عام شائع أو يذيع عن طريق المشاركة، فنحن عندما نتصل نعمل على إقامة مشاركة مع طرف آخر في المعلومات والأفكار والاتجاهات، وتحمل باللغة العربية المعنى نفسه حيث تشير إلى إقامة الصلة بين أطراف عملية الإتصال .[3]

ونتناول فيما يلي مجموعة من التعاريف التي وضعها العديد من المتخصصين الأجانب تساعد في تقديم صورة مبسطة لمعنى الإتصال:

حيث عرفهريتشارردزعام 1928 أنه يحدث حين يؤثر عقل على عقل آخر، فتحدث في عقل المتلقي خبرة مشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل ونتجت جزئيا عنها في حين عرفه جورج ليندربج عام 1939 بأنه التفاعل بواسطة الرموز والإشارات التي تعمل

---

[1] حصة محمد آل مساعد،أحلام عبد السميعالعقباوي، **مهارات الاتصال والتفاعل**،ط 1 ،عالم الكتب، القاهرة، مصر،2011، ص17.

[2] منال طلعت محمود ، **مدخل إلى علم الإتصال** ، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية ،ط 1 ، جامعة الإسكندرية ، 2001 ، ص 18 .

[3] حسن عماد مكاوي و عاطف عدلي العبد ،**نظريات الإعلام** ، ط1 ، مركز بحوث الرأي العام ،جامعة القاهرة ،2007 ، ص 4.

كمنبه أو مثير سلوكا معينا عند المتلقي ليقوم شانون وويفرعام 1949 بتعريفه بأنه يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر باستعمال الرموز .[1]

ومما سبق من التعريفات يظهر جليا أن الإتصال يبنى على حقائق ووقائع يهدف إلى التأثير والتفاعل بواسطة رموز وإشارات لتحقيق أهداف معينة وهذا نجده في الخطابات السياسية و التي تسعى إلى التأثير أولا و تحقيق أهدفها ثانيا.

أما تشارلز كولي فإنه يعني بالإتصال ذلك الميكانيزم الذي من خلالهتوجد العلاقات البشرية و تنمو .[2]

ومن هذا التعريف فإن الإتصال هو الديناميكية التي تبني العلاقات البشرية و تطورها .

2. خصائص الاتصال

أ- الاتصال عملية هادفة: يرمي الإتصالإلى تحقيق هدف محدد، وهو إرسال المعلومات والبيانات (أو نقل فكرة أو الترفيه أو التعليم) وفهمها من الطرف الآخر وبذلك يتطلب مجموعة من الإجراءات والخطوات المرتبطة ببعضها بعض مثل تصميم الرسالة، وإرسالها والإشراف على وصولها، واستقبال الرد .[3]

وتعني أن الإتصال هدفه الأسمى هو إيصال فكرة معينة للطرف الآخر بمعناها الحقيقي و بشكل واضح و مفهوم دون الخروج عن نطاق الفكرة و المعنى المرجو الوصول إليه .

ب- الاتصال عملية ديناميكية : تتضمن عملية الإتصال تفاعلا بين المرسل والمستقبل، الأول يؤثر والآخر يتأثر ولا تتوقف عملية الإتصال عن هذا الحد بل قد يتبادل الطرفان الأدوار بينهما وبذلك فإن عملية الاتصال متغيرة من حيث الزمان والمكان، أيأن عملية الاتصال عملية ديناميكية وليست استاتيكية ومثال ذلك ما يحدث بين المعلم وتلاميذه.[4]

هذا أن العملية الاتصالية تكون بين المرسل و المستقبل ، الأول يؤثر على الثاني وتتغير أدوارهم حسب الزمان والمكان فتارتا يصبح مرسلا و تارتا يصبح مستقبلا مثل ما يجري في

---

[1] حسن عماد مكاوي و عاطف عدلي العبد ،**مرجع سابق** ، ص 5.

[2] منال طلعت محمود،**مرجع سابق** ، ص 20 .

[3] **المرجع نفسه** ، ص 21

[4] رحيمة الطيب عيسات ، **مدخل إلى الإعلام و الإتصال**، ط 1،جدار الكاتب العامي للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2008، ص 62.

الخطابات السياسية فترى الرجل السياسي تارتا يلقي خطابه و اقتراحاتهو تارتا يستمع إلى مطالب الشعب .

ج- الاتصال عملية منظمة : تتصف عملية الإتصال بأنها منظمة فهي باعتبارها عملية تعليم تعتبر بالضرورة عملية مقصودة يتم تخطيطها وتصميمها وتنفيذها وإدارتها بصورة منظمة لإحداث التعلم، ومن جانب آخر يقوم كل عنصر من عناصر عملية الإتصال بأدوار محددة، فالمرسل مثلا يقوم بعملية ترميز الرسالة، والمستقبل عليه فك رموز الرسالة أي ترجمتها وتفسيرها.[1]

وتعني أن الإتصال عملية لها هدف معين يتم تنظيمها عن طريق التخطيط والتصميم والتنفيذ ثم المحافظة على ذلك النسق ومنه يتم تحديد لكل عنصر من عناصره بمهمته فالمرسل يرمز والمتلقي يفك الرمز .

د- الاتصال عملية دائرية : عملية الإتصال ليست عملية خطية تسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل وتتوقف عند ذلك الحد ولكنها عملية دائرية تبدأ بالمرسل لنقل رسالة إلى المستقبل حيث يكون له رد فعل عن طريق التغذية الراجعة فيستقبل المرسل الرسالة ليبدأ نشاطا جديدا لتحقيق هدف آخر أو يعدل في رسالته الأولىإذا لم يتحقق الهدف منها وهكذا تستمر عملية الإتصال .[2]

وتعني أن الإتصال غير مقتصر على اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي بل تكون العملية دائرية من المرسل إلى المستقبل وتكون للمستقبل رجع الصدى من الرسالة المستقبلة لتتم عملية التواصل ويصل للمرسل نسبة فهم الرسالة من طرف المتلقي فيقوم بتغير و تعديل فكرته وهكذا لتصل لهدفها .

د- الإتصال عملية متنوعة :يمتاز الإتصال الإنساني بأنه عملية اجتماعية لا تتوقف عند استخدام اللغة اللفظية الشفهية أو التحريرية فقط بل يتم أيضا استخدام اللغة غير اللفظية كالإشارات والحركات والإيماءات .[3]

---

[1] خضرة عمر المفلح ، **الإتصال المهارات والنظريات و أسس عامة** ، ط1 ،دار و مكتبة حامد للنشر و التوزيع ،عمان، 2014 ، ص 24

[2] **المرجع نفسه** ، ص 24

[3] رحيمة الطيب عيسات ، **مرجع سابق**، ص 63

وتعني أن الإتصال عملية تسعى لتحقيق هدف معين ولا تقتصر على اللغة فقط بل الإشارة والحركة وغيرها في إطار تفاعلي و هذا ما نراه في الخطابات السياسية

3- عناصر عملية الاتصال :

إن النظر إلى الإتصال كعملية مشاركة، يعني أن الإتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقي كما يعني أن هناك العديد من العوامل البسيطة بين المرسل والمتلقي بما يحدد تأثير الإتصال وتتكون عملية الإتصال من ستة عناصر أساسية هي:

أ- المصدر أو المرسل (source): ويقصد به منشئ الرسالة، وقد يكون المصدر فردا أو جماعة من الأفراد وقد يكون مؤسسةأو شركة، وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالإتصال غير أن ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالإتصال فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور.[1]

ونفسر ذلك أنهامصدر الرسالة التي يترتب عليها التفاعل في موقف الاتصال، والمعلم في الموقف التعليمي هو الذي يقوم بصياغة الرسالة أي وضعها في صورة ألفاظ أو رسوم أو رموز بغرض الوصول إلى هدف محدد.

ج- الرسالة (MESSAGE): وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغةوهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والأراء التي تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الإتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها، فالمصطلحات العلمية والعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلا تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه، أماإذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والإتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل، والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة

[1] **المرجع نفسه** ، ص66

بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون، أو إذا إستخدمإيماءات و إشارات ذات دلالة مختلفة لهم .[1]

هي المحتوى أي المعلومات والمفاهيم والمهارات والقيم التي يُريد المرسل إرسالها إلى المستقبلين، ويقوم المرسل بصياغتها باللغة اللفظية أو غير اللفظية أو بمزيج من اللغتين وفقاً لطبيعة محتوى الرسالة وطبيعة المستقبلين، وهي الهدف من عملية الاتصال.

د- الوسيلة او القناة(CHANNEL): وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف الوسيلة بإختلاف مستوى الإتصال فهي في الإتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الإتصال الجمعي مثل المحاضرة أو الخطبة أو المؤتمرات تكون الميكروفون وقد تكون أداة المطبوعات وأو شرائح أو أفلام فيديو أما في الإتصال المباشر فتكون طبيعية وجها لوجه .[2]

ونقصد الأداة التي تحمل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، ومن أمثلة قنوات الاتصال التي تستخدم في مواقف الاتصال (الكتب، المجلات، الصحف، التلفزيون، الراديو، الخطابات) .

هـ- المتلقي او المستقبل RECEIVER :وهو الجمهو الذي يتلقى الرسالة الإتصاليةأو الاعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها وهو الهدف المقصود في عملية الإتصال ولاشك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دورا مهما في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور، ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائيا للرسالة الاعلامية، فهو قد يرفضها أو يستجيب لها إذا كانت تتفق مع ميوله وإتجاهاته ورغباته، وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها.[3]

ونفسر هذا بأنه ذلك الشخص أو مجموعة الأشخاص التي تتلقى الرسالة، ودور المستقبل هو فك رموز الرسالة ومحاولة فهم محتواها والتأثر بها، فهو أساس تصميم الرسالة فكل عناصر عملية الاتصال تعمل من أجل المستقبل .

---

[1] رحيمة الطيب عيسات ، **مرجع سابق**، ص 66.

[2] **المرجع نفسه**، ص 66.

[3] رحيمة الطيب عيسات ، **مرجع سابق** ، ص 68 .

و- رجع الصدى أو رد الفعل FEED BACK : يتخذ رد الفعل إتجاها عكسيا في عملية الإتصال وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها وإستجابتهأو رفضه لمعناها، وقد أصبح رد الفعل مهما في تقويم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها وإستيعابها.[1]

وهي رد فعل المستقبل على الرسالة وفي هذه الحالة يصبح مرسلاً وتكتمل دائرة الاتصال الأولى، وتفتح دائرة الاتصال الثانية وهكذا، والتغذية الراجعة قد تكون إيجابية (الموافقة والقبول مثل التصفيق في الخطابات، برافو، تحريك الرأس...) وبالتالي تمثل التغذية الراجعة التفاعل والاستمرارية بين عناصر الاتصال

هـ- التأثير EFFECTIVE : التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها، وغالبا مايكون تأثير وسائل الإتصال الجمهورية بطيئا وليس فوريا، كما يعتقد البعض وقد يكون تأثير الرسائل مؤقتا وليس دائما، ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال وتتم على خطوتين الأولى هي تغيير التفكير، والخطوة الثانية هي تغيير السلوك .[2]

وتقصد نسبة التأثر بالرسالة سواء فورا أو بعد مدة أو دائما أو نسبيا و يعتبر التأثير آخر خطوة و الهدف من العملية الإتصالية فالمخاطب يلقي خطبته لكي يحظى بالقبول و العرفان و منه التأثر بالرسالة .

4- نماذج الاتصال الجماهير

- **نموذج ولبر شرام:** ينظر ولبر شرامإلى الإتصال الجماهيري على أنه عملية دائرية، فكل فرد يضع أفكاره في كود ويفسر ما يتلقاه ويستجيب.[3]

---

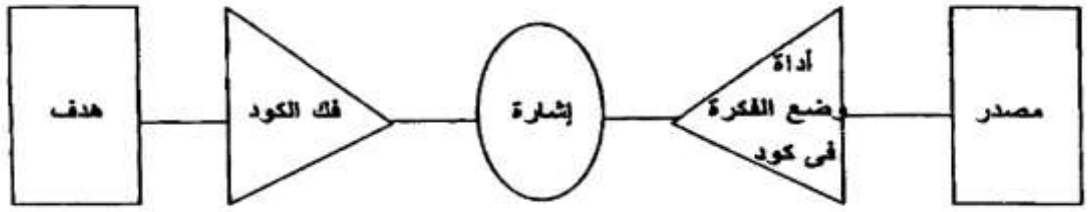
[1] **المرجع سابق** ، ص 67 .

[2] رحيمة الطيب عيسات ، **مرجع سابق** ، ص 68 .

[3] محمود حسن اسماعيل ،**مبادئ علم الاتصال ونظريات التاثير** ،ط1 ،الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة ،2003 ،ص219

وقبل أن يصل شرامإلى الصورة النهائية لنموذجه النهائي، يقول شرام أن الشخص عندما يسعى إلى نقل معلوماته أو أفكاره أو مشاعره إلى شخص آخر عليه أن يضع تلك المعلومات أو الافكار في شكل يمكن نقله، فهو يضعها في كود أو رمز،ولكي نكمل عملية الاتصال لابد من فك كود أو رموز الرسالة ما يوضحه الشكل التالي:

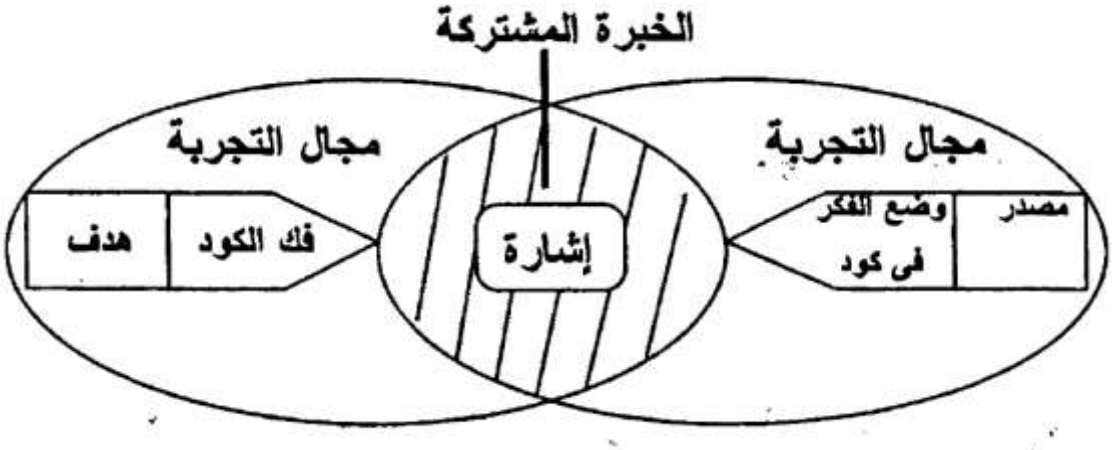
الشكل رقم (01) :نموذج يوضح عملية الإتصال لفك رموز الرسالة[1]



حسب منظور ولبرشرام في الشكل (1) فإن العملية الإتصاليةتتشكل وفق قوالب معينة فيرى أن الفرد يضع أفكاره في رمز موجه للمتلقي و يكون عبر أداة معينة ليحوله إلى إشارة ثم يقوم المتلقي بفك ذلك الكود أو الرمز و هنا تصل العملية الإتصالية لهدفها .

ثم قامشرامبتطوير نموذجه وذلك بإدخال مجال الخبرة لكل من المرسل والمتلقي وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (02) : نموذجيوضح أهمية الخبرة في فك رموز الرسالة[2]



المصدر: يستطيع وضع افكاره في كود ENCODE والمتلقي يستطيع أن يفك الكود فقط على أساس خبرة كل منهما، وعلى هذا الأساس فإذا كانت الدوائر بها جزء كبير مشترك

[1] محمود حسن اسماعيل ،**مرجع سابق** ،ص219

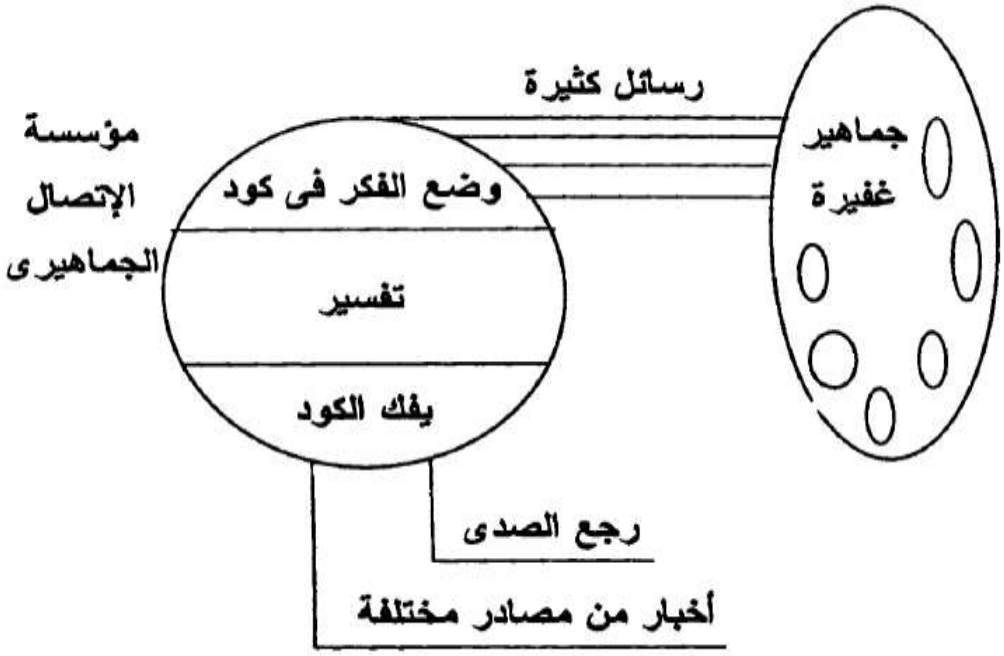
[2] محمود حسن اسماعيل ،**مرجع سابق** ،ص220

يصبح الإتصال سهلا، أما إذا لم تتقابل الدوائر، أي إذا لم يكن هناك تشابه يصبح الاتصال مستحيلا.[1]

وهذا يعني أن المتلقي يمكن أن يفك كود الرسالة التي وجهها له المرسل على أساس خبرته فالمرسل عليه أن يكون مطلعا و خبيرا بالمتلقي لكي تصل الرسالة إلى هدفها و نجد أن الخطاب الذي يوجهه المخاطب غلى الجمهور العام ليس نفسه الخطاب الذي يوجه إلى الجمهور الخاص و ذلك راجع إلى خبرة الجمهور .

بعد ذلك ادخل ولبر شرام عامل التشويش على الرسالة الإعلامية في اعتباره،والتشويش هو أي شيء يدخل في سلسلة الاتصال لا يكون في نية المرسل أن يضعه ، كما أشارشرامإلى رجع الصدى والذي يعتبر عاملا هاما في عملية الاتصال، لأنه يخبرنا كيف تفسر رسائلنا أو كيف يستجيب الجمهور لها و هذا مبين في النموذج التالي[2]:

الشكل رقم (02) : نموذج يوضح عملية الإتصال الجماهيري.[3]



[1] **المرجع نفسه** ،ص220

[2] محمود حسن اسماعيل، **مرجع سابق**، ص221

[3] **المرجع نفسه**، ص221

ومن الشكل السابق تظهر عملية الاتصال دائرية فكل مؤسسة إعلامية تعبر عن آرائها للآخرين أو لنفسها، ثم تترجم وتستقبل في نفس الوقت أراء آخرين.[1]

ويعني أن وسائل الإعلام لا تقتصر في إرسال الرسائل إلى الجمهور الخارجي بل وحتى لجمهورها الداخلي لترى ردة فعله و رأيه.

ونموذج شرام ينظر إلى جمهور الإتصال الجماهيري على أساس تجمعات، فكل فرد عضو في جماعة ووسائل الإتصال نادرا ما تؤثر بشكل مباشر على الجمهور وتأثير وسائل الإتصال يصبح أسهل وأكبر إذا غذينا المجموعات الصغيرة بالأفكار والمعلوماتعن طريق بعض الأفراد (قادة الرأي) الذين يستقبلون الرسائل الإعلامية. وبهذا يصبح التأثير غير مباشر بل يتم عن طريق وسطاء وأن نأخذ في الاعتبارأن الأفراد يتأثرون بآراءأفراد مثلهم.[2]

كما أن تغذية الجماعات الصغيرة في آراءها عن طريق قادة الرأي يأثرون بطريقة غير مباشرة وقد أضاف رايت إلى نموذج هارولد لازويل الذي يقول أن دراسة الاتصال الجماهيري تهتم بدراسة من يقول، ماذا، كيف، بأي تأثير، أضاف معاني ومفاهيم جديدة حيث يشير بأن هناك مهام ظاهرة(مقصودة) ومهام خفية (غير مقصودة) لكل مادة إعلامية يتم نقلها بواسطة وسائل الإتصال الجماهيري وأن أي إتصال له فوائد إيجابية ونتائج سلبية على النظام الاجتماعي الذي يحدث في إطاره وعلى الجماعات والأفراد والنظم الثقافية.[3]

و هنا أن الإتصال تكون له إيجابيات و سلبيات على الأفراد و النظم و ذلك راجع إلى المهام التي يقوم بها الإتصال الجماهيري سواء ظاهرة أو باطنة .

4. نظرية تحليل الاطار الإعلامي

أ- **مفهوم الاطار الإعلامي:** يعد مفهوم الأطر الإعلامية أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها وهي من أبرزالمفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا المختلفة.[4]

---

[1] محمود حسن اسماعيل، **مرجع سابق**، ص223

[2] **المرجع نفسه**، ص223

[3] **المرجع نفسه**، ص223

[4] نسرين حسونة ،**نظريات الاعلام والاتصال** ،2015، ص26

أي أنه بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما، فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية.

ويوجد خلط في مجال دراسات الأطر الإعلامية أساسه عدم إتفاق الباحثين في استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، فهناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير، وهي التأطير Framing الذي يشير إلى عملية التأطير كعملية إتصال جماهيري متعددة الأطراف، ومصطلح الأطر Frame وهو يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور، فيما يشير مصطلح إطار Frame workإلى إطار عمل ويعتبر غير معبر بدقة عن المقصود بعملية التأطير .[1]

ويعرف الإطار إصطلاحا بأنه: الإختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها. وإعلاميا : هو تقديم موضوع بطرق تبرز مجالا معينا في هذا الموضوع وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات أخرى.[2]

وعرف أحمد زكرياء الإطار بأنه: عبارة عن عملية تفاعلية بين أطراف ومكونات عملية الإتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأبإنتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع والتركيز عليها ببروزها في نصوصها المختلفة بإستخدامآليات وأدوات أخرى في ضوء معايير ومتغيرات مهنية و إيديولوجية للتأثير في إستجابات الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص إما بتنبيه لهذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة أو العمل على اعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل مختلفة.[3]

حيث يحاول أن يشابه ويماثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الخطابات السياسية بمعنى أن الخطابات السياسية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة ، ولكنها تهدف أكثر الى الاستفادة من الفهم العام الموجود .

---

[1] **المرجع نفسه**2015، ص26

[2] **المرجع نفسه**،ص26

[3] نسرين حسونة، **مرجع سابق** ،ص26

ب- نشاة نظرية تحليل الاطار الاعلامي :

تبلورت نظرية الاطرالاعلامية على يد عالم الاجتماع Erving goffman عام1974م الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن إستخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضفي على المضمون معنى ومغزى،

وفي فترة الثمانينات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي ، فقد أفادت دراسات وإسهامات Entman باحثي الأطر الإعلامية تحديدا دراستين أولاهما عام 1993م والتي أظهرت دور الإيديولوجيات وأثرها في عملية التأطير وذلك عندما قارن بين أطر حادثي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية وإيران وثانيهما عام2003م حيث تناول فيها أحداث11 سبتمبر2001 في النظرة للحرب على الارهاب وقدم نموذجه المعروف بإسم الشلال، كما تعدscheufeleإضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية خاصة دراسته عام 1999م التي أبزت جوانب عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الإطار وبنائه.[1]

ج- سمات الاطرالاعلامية :

اهتم stephen بالحديث عن الأطر الإعلامية حيث أشار إلى أنها تتسم بمجموعة من السمات أهمها [2] :

- تنظيم المعلومات، حيث ينقل الإطار جزءا من الوقائع، وبعضا من تفاصيل ومعلومات القضية ويربطها بالحدث الآني مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقا للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال تحقيقه، وبعد ذلك تصبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور.
- يعد الإطار الإعلامي فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية باعتباره منطلقا فكريا يتم توظيفه لشرح وتفسير الحدث.

[1] **المرجع نفسه**، ص28

[2] نسرين حسونة، **مرجع سابق**، ص26

- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية و مجردة ،إذ يتم التعبير عن الإطار وترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية التي تحمل إيماءات معينة، وتضفي دلالة على النص الإعلامي .
- الأطر الإعلامية هي بناءات معرفية للقضية التي يتم إبرازها من خلالها، حيث يتناول الإطار الإعلامي أحد الأبعادأو أكثر ويتجاهل الأبعاد الأخرى، ويبدو ذلك في صياغة الموضوع وتفسيره.[1]

د- أدوات الاطار الاعلامي :

حدد كلا من Gamson وLasch العديد من ادوات التشكيل العاطفية والعقلنية التي يمكنها ان تعمل معا او بصورة منفردة من اجل العمل على ايجاد اطر التشكيل وتتمثل الادوات العاطفية في[2] :

- الاستعارات.
- العبارات الجذابة.
- الوصف .
- الصور المرئية.

وتتمثل الادوات العقلانية في:

- الجذور.
- الوصف.
- الصور المرئية.

[1] **المرجع نفسه**، ص26

[2] **المرجع نفسه**، ص29

المبحث الثاني : الاتصال االسياسي

1- تعريف الاتصال السياسي :

عرفه ميدو عام 1980 بأنه الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي والمؤثرة فيه، كما عرفه تشافي عام 1995 بأنه هو أثر الإتصال ووظيفته في العملية السياسية، في حين عرفه دومنيك بأنه المجال الذي تتبادل فيه الخطب.[1]

وعرفه محمد بن سعود البشر بأنه النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة وينقله الإعلاميون للجمهور، ويعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الراي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الإتصال المتعددة، في حين عرفاه بلاك وهارولسن بقولهما هو الإتصال الذي له تأثيرات واقعية أو محتملة في عمل الدولة السياسي أو أية وحدة سياسية أخرى.[2]

ومنهفإن الاتصال السياسي هو أداة سياسية تستخدم بصورة دائمة من قبل القائمين على الاتصال وكذلك القائمين على السياسة، ويكمن مضمون الإتصال والسياسي في ذلك النشاط الذي يحدث داخل العملية السياسية، سواء كان متعلق بأعمال الحكومة أو ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة أو خارجها.

- ✓ **مفهوم الخطاب السياسي :**

يقصد بالخطاب السياسي ذلك الشكل الخاص والمتميز من التواصل الموجه لأجل إقناع المتلقي وتعديل سلوكه بصدد موضوعات تهم الدولة وتوجهاتها الداخلية والخارجية، ويستمد تميزه من شخصية مرسله والمقام الذي يتم فيه فضلاً عن بنيته اللغوية وما تتضمن دلالات وأفكار وأساليب بلاغية، هدفها إقناع المتلقي .[3]

كما يعرف بأنه "ذلك النسيج اللغوي المنطوق والمكتوب المترابط، المنسجم،المشحون بالسياسة فكرا وسلوكا(تفاعلات وممارسات) وفاعلين متفاعلين في سياقم خصوص (اجتماعي، لغوي، زماني، مكاني...) ومعرفة إشكالات المكتمل في دلالته بذاته، ذو الغرض الاتصالي والخصوصية التداولية، ومن خلال هذه المفاهيم يمكن إعتبار الخطاب السياسي

---

[1] محمد بن سعود البشر ،**مقدمة في الاتصال السياسي**، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية ،الرياض، ص26

[2] خليل احمد خليل، **سيسيولوجيا التواصل السياسي**، مترجما فليب ريتو ،دار الفرابي، بيروت، 2008م، ص19

[3] محمد الولي، **الموضوعات الحجاجية الكبرى في المغرب**، مجلة علامات، المغرب، العدد19، 2004م، ص124

خطابا إقناعي بامتياز، حيثيهدف إلى حمل المخاطب على القبول والتسليم بفكرة ما وذلك عبر التقنيات والآليات اللسانية والمنطقية والعقلانية، بهدف التأثير في المستمع مما يؤدي إلى إقناعه.[1]

✓**نشأة الاتصال السياسي :**

البحث في مجال العلاقة بين الإتصال و السياسة هو توجه جديد بالمفهوم المتخصص والسائدفي الأوساط الأكاديمية، ولكن المتتبع للجهود العلمية المنظمة في هذا الصدد يستطيع العثور على مثل هذه الجهود عند الفلاسفة الإغريق، ممثلة في كتابات أرسطو مثل كتابه «السياسة والخطابة » والتطبيقات الخطابية الإقناعية لبعض القدماء أمثال الفيلسوف الايطالي نيكولا ميكيافيلي و الأديب الانجليزي ويليام شكسبيرو غيرهم.[2]

وعلى الرغم من إمكانية تتبع مراحل نشأة الإتصال السياسي في أزمنة قديمة إلا أن الكثيرين يعتقدون أنهمن السهولة ملاحظة الإهتمام المتزايد بعلم الإتصال السياسي كعامل متغير في البحوث السلوكية، فقدظهرت محاولات التنظير لما يسمى بـ "الاتصال السياسي"فيعام 1956م كأحد عناصر البحث فيموضوع العلاقة بين القيادة السياسية و الجماعات النشطة العاملة في المجتمع، ولقد كانت هذه السنةبالنسبة للمهتمين بحقل الإتصال السياسي سنة ظهور ملامح نمط جديد من أنماط الإتصال السياسي الإنساني، فقد ظهرت فيه أول محاولة للتنظير من طرف أساتذة العلوم السياسية و الإتصال على حد سواء وكان متغير الإتصال السياسي أحد المتغيرات البحثية الرئيسية وأول ذكرللإتصال السياسي كانسنة 1956حيث ظهر كتاب بعنوان السلوك السياسي political behavior يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن فقد حدثت تطورات مهمة شملت المجال التطبيقي البحث آثار ووسائل الاعلام في الانتخابات السياسية، وآثار الدعاية وتحليل اللغة السياسية، وبعد ذلك ظهرتدراسات الإقتدار السياسي بجامعة ميتشغان على يد كامبل و زملائه الذي يعد أول من عرف مفهوم الاقتدار السياسي.[3]

---

[1]محمد الامين ولد سيد احمد، **تحليل الخطاب السياسي (دراسة االثنوغرافية اتصالية في الخطاب السياسي المريتاني)** مذكرة ماجستير – مخطوطة، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، ص30

[2]محمد بن سعود البشير ،**مرجع سابق** ، ص 26

[3]**المرجع نفسه** ،ص26

ويحمل التعريف إمكانية حدوث التغيير الاجتماعي و السياسي و أن المواطن الفرد يمكن أن يشارك في هذا التغيير.

إن النمط الإتصالي لا يحدث في معزل عن المؤثرات الثقافية الأخرى و التي لها أثر كبير في بلورة الظاهرة الإعلامية، حيث أن مدلول الإتصال يتفاعل فيه طرفين هما المرسل والمستقبل، ففي البداية كان يتحددفي إتصال الحكومات مع الهيئة و الناحية ثم تتحدد في تبادل الحوار السياسي بين الأغلبية الحاكمة والمعارضة، بعد ذلك توسع المجال إلى دراسة دور وسائل الاعلام في صناعة الرأي العام، ثم الاهتمام بإستطلاعات الرأي العام على الحياة السياسية وأصبح الإتصال السياسي في الوقت الحاضر يشمل دراسة الإعلام و الإتصال في الحياة السياسية بمعناها العام الذي يضم وسائل الاعلام، إستطلاعات الرأي، التسويق السياسي، الدعاية مع الإهتمام بشكل خاص بالفترات الإنتخابية .[1]

2- وظائف الاتصال السياسي :

الاختلاف بين الاتجاهات التقليدية والحديثة في تحديد وظائف الإتصال السياسي، ويمكن تحديد عدة وظائف للإتصال في أي نظام إجتماعي وهي:

أ- **الوظيفة الاخبارية** :وهي تعد من أكثر الوظائف السياسية تأثيرا في المجتمع والنظام السياسي، فهي الوظيفة الأولى التيمن أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري بإستخدام البث والنشر على نطاق واسع حتى وصلتإلى عصر الثورات المتتالية في عالم الإتصال، فهي تشبع الحاجات الفطرية للإنسان وذلك في معرفة مايحدث حوله من أحداث سياسية وإقتصادية وإجتماعية وغيرها، بحيث تهدف إلى نشر الأخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية بالإضافة إلى البيانات والمؤتمرات والصور والوثائق وغيرها منأجل فهم الظروف المجتمعية والقومية والدولية والتصرف إتجاهها عن علم ومعرفة، كما تعد الأخبارمتحدثا رسميا بإسم الحكومة في أية دولة من الدول، ناقلا للمعلومات السياسية وما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمصالح القومية العليا، كما أنها تهدف إلى صنع قبول شعبي للحفاظ على قوة الدولة[2].

[1] محمد بن سعود البشر ،**مرجع سابق**، ص26

[2] كمال الدين جعفر عباس، **الاتصال السياسي** ،المكتب الاسلامي ،ط1، 2004م ،ص25

وهي تمثل الوظيفة الأولى التي من خلالها بدأت وسائل الإتصال الجماهيري بإستخدام النشر والبث لأقصى الحدود .

ب- التنشئة السياسية:وهي عملية تنموية يتم من خلالها اكتساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية والمحافظة عليها أو تغييرها بواسطة وسائل الاتصال السياسية " تلفاز، راديو، انترنيت" وهذهالعملية تستمر عبر مراحل حياة الانسان من الطفولة وحتى الشيخوخة، حيث يعني من خلالها الفرد خصائص المجتمع والاتجاهات والأفكار السياسية السائدة على المستوى الداخلي والخارجي، وهذابدوره يؤدي إلى نوع من التكيف الضروري مع النظام السياسي.[1]

ج- التسويق السياسي: وهو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، حيث يتم استخدام مبادئ أو طرقو نظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية وذلك بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين،وهذه الطرق تشمل التحليل والتطوير والتنفيذ وادارة الحملات الاستراتيجية التي يقوم بها المترشحونأو الأحزاب السياسية أو المسؤولون في السلطة أو جماعات الضغط أو المصالح والتي تحاول فيها قيادةالرأي العام نشر أفكارها الخاصة أو الفوز بالانتخابات أو تحرير بعض القرارات والقوانين والتي تهممصالحهم أو احتياجات فئة من المجتمع، ومن هنا يتضح أن التسويق السياسي هو انتاجالمعلومات فيالسياسة وشؤونها باستخدام مصطلحات واتجاهات مستسقاة من نظريات ومفاهيم التسويق التجاري .[2]

إستخدام نظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية وذلك بوسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين .

د- التأثير في اتجاهات الرأي العام:بسبب انتشار وسائل الاتصال المختلفة في المجتمعات الحديثة، فقد أصبح لها اهمية كبيرة في تشكيل الرأيالعام وتزويده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، وعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية، كما أن هذه الوسائل تعمل على تأكيد الشعور بالمواطنة والمشاركة السياسة، وذلك منخلال تقديم

[1] كمال الدين جعفر عباس، **الاتصال السياسي** ،المكتب الاسلامي ،ط1، 2004م ،ص25

[2] محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012م، ص103

معلومات صحيحة تتيح للمواطنين التمتع بحقوقهم وتساعدهم على المشاركة في مناقشاتالخيارات السياسية، حيث أن الجمهور لا يملك التحكم فيها، إنما هو بالعادة يستجيب ويتفاعل معمضامين الوسائط الاعلامية.[1]

هـ- الرقابة على الحكومة:تقوم وسائل الإتصال بدور الحارس اليقظ ضد إساءات إستخدام السلطة الرسمية وكمراقب لمصالح المجتمع وصيانته من الفساد، ويكون ذلك من خلال مراقبة السلطة عن طريق مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث والآراء وتسليط الضوء على بعضها وتقويم أداء الحكومة وترويح مبّدأ الحق في المعرفة، وهذا التركيز يلفت انتباه السياسيين لها، كما تعمل هذه الوسائل على مراقبة الأفراد، وهي بذلكتعلمهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية وتشبع احتياجاتهم الشخصية وتحد من القلق لديهم.[2]

و- المساعدة في صنع القرارت: وهي أهم العمليات السياسية، وقد أثبتت الدراسات أن التأثير الكبير لوسائل الإعلام على القرارات السياسية يكمن في أن وسائل الاعلام تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار وصانع القرار يعتبرها هامة لأنه ينظر لها كمقياس لرد فعل الناس إتجاه سياسته، بحيث تتخذ القرارات أشكال مختلفة و متعددة وذلك حسب إختلاف طبيعة النظام السياسي السائد في كل مجتمع، فهي قدتكون هامة وتؤثر في محتوى السياسة العامة أو تكون قرارات تتعلق بسن قوانين أو قرارات تنفيذية خاصة بالحكومة .[3]

ر- تأكيد الشعور بالهوية الوطنية:إن وسائل الإعلام تقوم بدور مهم في تأكيد الشعور بالهوية الوطنية من خلال نقل تراث مجتمع و تعميقالروابط التاريخية و الثقافية و الإجتماعية و السياسية في النفوس وبث روح الولاء و الإنتماء الوطنيوتعميق العلاقة بين أفراد المجتمع و الحكومة، وذلك عن طريق تكوين أو تعديل أو تدعيم أو تغييرإتجاهات الحياة الإجتماعية المنظمة طبقا للثقافة السائدة أو الإستجابة عن طريق العلاقات الإجتماعية والواجبات التي تفرضها الجماعة و الأراء التي تتعارف عليها المجتمع، ولا يتم ذلك إلا من خلال الشعورأو المشاعر الإيجابية المختلفة و القيام بعملية التطبيع الإجتماعي عن طريق تنمية هذه الروح و العواطف و المحافظة عليها، ويشارهنا أن وسائل الإعلام هي أفضل

---

[1] خليل احمد خليل ،**مرجع سابقذكره**، ص23 .

[2] صالح خليل ابواصبع، **استراتيجيات الاتصال وسياساته وتاثيراته**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص95.

[3] **المرجع نفسه**، ص95 .

وسيلة يمكن أن تستخدم لإحداث التغيير فيالمجتمع ودعم التنمية الوطنية و الإقتصادية و الإجتماعية و السياسية .[1]

ز- **إدارة الصراعات السياسية:** تساهم وسائل الاتصال في مواجهة الصراعات، وذلك زيادة حجم المعلومات حول القضايا و الأحداثالهامة التي تتطلب المعرفة كقوة دافعة لإتخاذ موقف صائب اتجاهها، و كلما زاد حجم المعلوماتالصحيحة بين الأفراد المجتمع كان من الصعب نشوء الخلافات المتبادلة و الناتجة عن المعلومات الجزئية أوالمشبوهة، كما تساهم في حل الصراعات داخل المجتمع من خلال تغطية معلوماتها لكافة وجهات النظر،بدلا من معرفة جانب واحد من الحقيقة الذي قد سبب جانبا من الصراع، فالمعلومات الكاملة و الدقيقةيمكن أن تحول دون تطور الأمور إلى الأسوء، وهذا يعني المحافظة على التماسك الاجتماعي للشعب والذي بدوره يوفر الظروف المواتية لاستقرار النظامالسياسي القائم في مواجهة الأزمات المتجددة والصراعات و الأخطار المفترضة، مادامت الحكومة قادرة على القيام بوظائفها .[2]

3-نماذج الاتصال السياسي:

ان للاتصال السياسي مجموعة من النماذج سنذكر اهمها:

أ- النموذج الاستراتيجي le model stratégique :

هذا النموذج يصب إهتماماته على وضعيتين صعبتين قد تعترض الحياة السياسية، عندما تكونفي حالة والتي قد تمر بها الأنظمة السياسية الحربأو الصراع،لا بد أن يكون للحاكم دراية بأهمية التواصل بهدف التأثير في الذين يتوجه إليهم بالكلمة "المحكومين" أو ينقلوا رسائل كقيامهم بتوجيه آرائهم وسلوكياتهم في اتجاه محدد بإعتمادهم على إستراتيجيات تواصلية التي تعني أن الكلمة السياسية المرافقة للحرب أو لأية أزمة سياسية هي مرتبطة أساسا بفن إعداد الخطط الحربية أو السياسية أو القدرة علىتجميع و تسيير عمليات عديدة قصد بلوغ هدف ما، ويقوم هذا النموذج على فكرة عدم مساواةالأطراف المتداخلة في العملية الإتصالية السياسية، فالمرسل الوحيد في المجال السياسي عادة ما يكونالحكام، في حين أنه يوكل للمحكومين دور المتلقين، فإنهم في كل حالة مدعوون لمساندة الحاكم وأهميةالنموذج

[1] محمد حمدان مصالحة، **الاتصال السياسي مقترب نظري تطبيقي**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002م ،ص74 .

[2] ريم مصطفى الدبس ،**مبادئ الاتصالات**، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2004، ص11 .

الإستراتيجي تكمن في الدراسة المفصلة لمختلف تقنيات و الوسائل التي يستعملها الحاكم لبلوغ أهدافه .[1]

ب- النموذج النسقي le model systémique :

النموذج النسقي يحلل الإتصال السياسي بوضعه في مجموعة الأنساق التي يتفاعل معها النظام السياسي الإقتصادي، الاجتماعي، الثقافي والمكونة للمجتمع، وهذا النموذج يعرف إذن الإتصال السياسيكعملية تبادل المعلومات بين مختلف الأطراف المشكلة للنظام السياسي كبنية مستقلة نسبيا ،هذا من جهة وبين النظام السياسي كله من جهة أخرى، وفي هذا الشأن الأنساق على العموم تخضع لثلاثمبادئ أساسية تتحكم في سيرتها، فأوله أن مبدأ الإرتباط المتبادل الذي يرى أن العناصر المكونة للنسق مرتبطة فيما بينها وأن النظامككل يتفاعلمع محيطه بنفس الكيفية، أمامبدأ الكليانية totalite والذي ينظر للنظام ككيان كلي يتعدى العناصر المكونة له ويتجاوزهاإضافتا إلى مبدأإعادة الفعل والذي يرى أن الظاهرة تؤثر على السبب الذي أحدثها والسبب بدوره يحدث أثر على الظاهرة.[2]

ج- النموذج السلوكيle model behaviouriste

يقوم هذا النموذج على برنامج البحوث الامبريقية هدفها إثبات أو نفي هذا التطور لعلاقة وسائل الاعلام بالجمهور و تؤكد هذه النظرية أن على أهمية الجماعات الأولية في تكوين الآراءالسياسية للأفراد وإنتقاء المعلومات التي تأتيهم من وسائل الاعلام ، و هذا ما جسدته نظرية التدفق ، و دور قادة الرأي في الوساطة بين وسائل الاعلام و الجمهور.[3]

د- النموذج النقدي :le model critique

إن هذه النظرية قائمة على علاقة الجمهور بوسائل الاعلام و مفادها أن هذه الأخيرةذات تأثير قويعلى الرأي العام ،و هذا التأثير الكبير لوسائل الإعلام تناول فقط الأثار المباشرة و تجاهل الأثار العميقةالتي تتطلب ملاحظة أطول و أعمق فكانت هذه النظرية

[1] نبيلة بوخبزة، **نماذج الاتصال السياسي**، مجلة1 ،

[2]Hugues cazenas ،**lesmodeles de la communication politique** ; cahiers francais ;n^{0}258 la cmmunication oct-des1992k p55-56

[3]Hugues cazenas ،**lesmodeles de la communication politique** ; cahiers francais ;n^{0}258 la cmmunication oct-des1992k p55-56

تهدف إلى تحليل هذه الأثار لوسائل الاعلامعلى الآراء السياسية والإجتماعية للأفراد ،كما كانت تطمح إلى تفسير سبب عدم توضح هذه الآثار السلبية.[1]

المبحث الثالث: أزمة الإعلام السياسية في الجزائر

1-هيمنة السلطة على الإعلام (1962-1965)

إنأهم ميزة تميز بها قطاع الإعلام في الجزائر المستقلة هو سيطرة السلطة بقيادة الرئيس احمد بن بلة آنذاك بشكل يكاد يكون مطلقا، وكانت الحجةدائما أن استعادة السيادة الوطنية لابد أن تعقبها حتما تحكما في مجال السياسة الإعلامية وبقيت القوانين الخاصة بقطاع الإعلام عبارة عن حبر على ورق بحيث باشرت السلطة في توجيه الإعلام توجيها سياسيا وإيديولوجيا وقامت بإنشاء ثالث يوميات وطنية عملت من خلالها على بث الأخبار والأفكار التي كانت لا تخرج عن إطار تمهيد الثورة وإبطالها ، وهكذا وبهدف إحكام السيطرة وضعت كل القنوات السمعية والبصرية (التلفزيون والإذاعة) تحت هيمنتها وذلك بعد استعادة سيادتها عليها، أما بالنسبة لوكالة الأنباء فإنه في الحقيقة لم تكن توجد أية وكالة بالجزائر بل كانت صوت الثورة بالقاهرة وتونس أهم منبر لبث الأخبار الخاصة بالثورة والثوار هذه الأخيرة قامت السلطات بنقلها إلى الجزائر مباشرة بعد حصول على الاستقلال من جويلية 1962م.[2]

وقد ارتبطت الصحافة بالرصيد الموروث من التجربة الصحفية عن الاستعمار ، ففي البداية كان التأميم و الاستيلاء على التلفزة و الإذاعة الوطنية ،ووضعها تحت إشراف وزارة الاتصال و لم تصدر الحكومة الجزائرية قانونا تشريعيا خاصا بالإعلام .[3]

فالإعلام في الجزائر كان يسير من طرف مثقفين يمتاز بعضهم باستقلالية عن السلطة في التفكير والتصور وهذا راجع إلىأفكار هؤلاء مستمدة من الشرعية التاريخية لأنهم شاركوا في ثورة التحرير الكبرى وبالتالي فإنهم يتصرفون وفق الحقبة التاريخية، فالممارسة الإعلامية كانت مقيدة بحيث قامت السلطة بتأميم وتصفية الصحافة الاستعمارية التي كانت تستمد روحها من ثورة الفرنسية الاستعمارية وتعد مرحلة تاريخية صعبة عرفت حل وزارة

[1]dominiquewolton، **la communication politique**، construction d'un modèle n° 17،18، CURS édition، hermès la revue، 1995، p118

[2]اسماعيلمعراف، **الإعلام حقائق وأبعاد**، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2007م ، ص ص42 – 44

[3] نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر ، 2009 ، ص 7

الإعلام واستبدلت بمديرية عامة للإعلام واصبح الإعلام تحت أوامر الرئيس وتوجيهاته مباشرة. وعرفت الصحافة المكتوبة التنوع والتعدد مابين الفترة الممتدة ماين 1962 الى غاية 1965 وكان لها الأثر الكبير في صورة الإعلام الموضوعي .[1]

والإعلام كان موجه من طرف الحزب والحكومة وأداة تستعملها الدولة لخدمة سياستها وتعزيز سيادتها، والصحفي عبارة عن موظف بسيط في مؤسسة عمومية تحت ضغوط حزبية كثيرة ، مما ترتب عليه تصغير دوره الذيلم يكنمن حقه في غالب الاحيان.[2]

2-التركيز على الإعلام السمعي –البصري 1965-1978

بعد التصحيح الثوري الذي قامت به السلطة بزعامة العقيد هواري بومدين في جوان 1965 وإنشاء المجلس الثوري الذي غدا هو المتحكم في مقاليد الحكم بما فيها توجيه قطاع الإعلام الذي كان يتميز بعدم الوضوح من جراء تدخل الصحافة المستقلة شيئا ما عن الصحافة التابعة لقطاع الدولة بما أن تغير نظرة القيادة والاستراتيجية التي اتبعتها عجل بروز قطاعات أخرى على حساب قطاع الاتصال الذي أهمل كليا ليفسح المجال إلى الجانب الاقتصادي الذي اعتبر حجر زاوية في إعادة مصداقية الدولة وهيبة السلطة أضف إلى ذلك أنالإعلام في هذه الفترة عرف تركيزا على الوسائل السمعية البصرية دونها من قنوات الاتصال الأخرى . وان وسائل الإعلام قد اعتمدت على أشخاص تكنوقراطيين في التسيير وذلك كي تضمن ولاءهم للسلطة ومنهاجها، وقد كان من نتائج هذه السياسة هو قتل الإبداع لدى الإعلاميين وساهمت في تشويه محتويات البرامج الإعلامية التي أصبحت بعيدة عن انشغالات المواطنين .

وقد عرفت الصحافة في هذه المرحلة نوعا من التغيير بتحويل بعض الصحف اليومية نم تحريرها بالفرنسية إلىالعربية .[3]

---

[1] اسماعيلمعراف، **مرجع سابق**، ص ص42 – 44

[2] قادم جميلة، الأداء الإعلامي في الجزائر بين الحرية والمسؤولية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية من 1990الى 2015 ،الصحافة الخاصة نموذجا، دراسة وصفية تحليلية للأطر النظرية والتطبيقية للأداء الإعلامي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03 ،2017 ،ص 174.

[3] فاطمة الزهراء تنيو، البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، دراسة في مضمون يوميتي الخبر والشروق اليومي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2011 ، ص143

إذ بدأت قضية التعريب تطرح كمشكل سياسي يفرض من خلاله تغيير سيطرة اللغة الفرنسية في الميدان الثقافي والإعلامي واعتبر الرئيس هواري بومدين أن التعريب مطلب وطني، و من الأهداف الكبرى بالنسبة للجماهير .[1]

ورغم الحدث السياسي الذي عرفته البلاد في عام 1976 من خلال التصويت على الميثاق الوطني والدستور إلاأن ذلك لم يؤدي إلى تغيير منهج الممارسة الإعلامية التي ظلت أسيرة السياسة المطلقة مع بداية الاستقلال، حيث كان التعيين فيما يخص المسؤولين على المؤسسةالإعلامية يخضع إلىاعتبارات سياسية وأيديولوجية اكثر من خضوعه إلى مقاييس الاحتراف والمهنية التي بلغت تطورا مذهلا بفعا ما حدث من تغيير في وسائل الاتصال الحديثة، كما عرفت ممارسة السلطة في مجال الصحافة إجراءات اقل ما يقال أنها تعسفية منها إقامة حظر ضد إنشاء الجمعيات والتنظيمات التي لا تحمل ولاء لجهاز حزب جبهة التحرير الوطني، ورغم انعدام الإمكانيات التكنولوجية المتطورة في تلك الفترة إلاأن ملف الإعلام كان من الملفات الاستراتيجية الهامة التي عنيت بها قيادة مجلس الثورة آنذاك وهذا من اجل خلق ثقافة سلطوية رسمية تتميز بالتبعية المطلقة للنظام ، و إن الاجتهاد في ميدان الأفكار والتصورات لا يمكن أن يتم إلا داخل دوائر النظام وان دور رجل الإعلام يتمثل في التهليل للمشاريع وعدم إظهار مواطن الضعف دخل دوائر الحكم ومهاجمةمن يقدم الانتقادات ويوضع في خانة أعداء الثورة والوطن وبالتالي يصبح من المغضوب عليهم .[2]

وما يمكن ملاحظتهعلى الممارسة الإعلامية في ظل التوجه الاشتراكي هو وجود سيطرة السلطة على توجيه الإعلام توجيها سياسيا أيديولوجيا، وحتى مع صدور أول قانون للإعلام كان التغيير من حيث الشكل فقط، فلم تحمل الممارسة الإعلامية الرسالة الحقيقية التي تتمثل في تجسيد الحقائق وتزويد القارئ بالمعلومات الكافية حول ما يجري في الوطن والعالم، حتى يتمكنوا من الحكم على الأحداث بأنفسهم، ويكون لهم موقف شخصي منها .[3]

ونلمس ذلك في حصر عمل رجالالإعلام في النضال والالتزامالأيديولوجي السياسي والابتعاد عن الجانب المهني مما يؤثر سلبا على وجود حرية الممارسة الإعلامية.

---

[1] زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2007 ، ص 27

[2] اسماعيلمعراف، **مرجع سابق** ،ص 46ص49

[3] زهير احدادن، **مرجع سابق**، ص 140 .

3-الإعلام الحزبي الموجه (1979-1988)

لقد عرفت سنة 1979 انتقال السلطة السياسية في الجزائر إلى نخبة حاكمة ذات قناعة سياسية وأيديولوجية معينة إلى جماعة أخرى تربت في أحضان النظام السياسي السابق ولكنها غير متشبعة بأفكاره ومناهجه فكان لابد من أن تغير استراتيجية العمل وهذا التغيير مس العديد من القطاعات واهما قطاع الإعلام لما له من مكانة حساسة وقد بدا هذا التبديل واضحا من خلال اهتمام الكبير الذي أولته السلطة الجديدة بقيادة رجل الجيش القادم إلى حياة المدنية السياسية الشاذلي بن جديد بحيث قامت الحكومة بإصدارأول لائحة في تاريخ الجزائر متعلقا أساسابالإعلام وذلك خلال المؤتمر الاستثنائي للحزب .[1]

غير أن هذا لا يعني أنالإعلام سوف يتفتح على محيطه وتلغى القيود التي كانت تتحكم من قبل بل أن المتفحص للوثيقة التي تضمنت هذه اللائحة من خلالها النقطة الأولى والثانية يجد أن الدور الذي أعطيللإعلام ينحصر بشكل مميز في شرح الاختيارات السياسية والمواقف الحزبية وان حزب جبهة التحرير الوطني باعتباره حزي طلائعيا جماهيريا ينبغي أن يستولي على مهمة توجيه وتسيير الإعلام . ومع هذا فقد لوحظ تغيير طفيف على صعيد الممارسة الإعلامية من خلال إدماج قطاع الإعلام في مخططات التنمية الشاملة، وانطلاقا من عام 1986 تم التأكيد على الاضطلاع بمهمة تجسيد دور الإعلام ميدانيا والعمل على ضرورة شموله في كل أنحاء الوطن وذلك من خلال توسيع شبكة البث الإذاعيوالإرسال التلفزيوني من خلال إنشاء محطات البث والتوزيع.[2]

إذن فالتغيير الذي طرأ على الإعلام من الناحية التشريعية بالسماح بإصدار قوانين الهدف منها إعطاءأهمية رسمية لوظيف الإعلام غير أن ذلك لم ينعكس على واقع العمل الإعلامي فكانت الرداءة وضعف البرامج والحصص وكذا الكتابات التي غدت عبارة عن إشاداتلما تقوم به السلطة فاصبح كل من يكتب يخضع لرقابة لجنة تابعة للحزب وتحذف كل ما لا يناسبها في المقالات وتوجه أفكارالإعلاميين بما يتناسب مع قناعة أقطاب النظام.

---

[1] اسماعيل معراف، **مرجع سابق** ،ص 46ص49

[2] **المرجع نفسه**،ص51 ص53

4-الإعلام التعددي الفوضوي 1988-1997

عرفت الجزائر في النصف الثاني من الثمانيناتأزمة متعددة الأبعاد، تجسدت فيما عرف بأحداث أكتوبر1988 ،تطلبت حتمية التخلي عن أحادية الحزب الحاكم وخوض تجربة التعددية .[1]

وعرف المجتمع الجزائري تغيرات كبيرة وهامة، حيث خرج الشعب الجزائري آنذاك في مظاهرات واحتجاجات واسعة عمت كل أرجاء الوطن، كان نتيجتها الإعلان على سلسلة من الإجراءات وفي مقدمتها الإعلان على تعديل الدستور وإقرار مبدأ التعددية الحزبية والسياسية وكذا الحق في الابتكار الفكري والفني والعلمي وهذا بحسب المادة 36 من الدستور 23 فبراير1989 التي نصت على أن "لا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أوأية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلامإلا بمقتضى قضائي" أما المادة 39 فإنها تقر"بحريات التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن" وكان من بين المكاسب هو ظهور الصحافة الحرة التي حققت نجاحا ماديا معتبرا وجلبت القراء بشكل فاق كل التصورات وأصبحت تشكل خطرا على الصحف التابعة لدولة مباشرة.[2]

كما عرفت الفترة التي عقبت إعلان حالة الطوارئ وجود صراع شديد بين السلطة السياسية والصحافة، نجم عنه امتثال العديد من الصحفيين أمام المحاكم والمجالس القضائية، حيث قامت السلطة باتخاذ جملة من الإجراءات التي تقيد من حرية الممارسة الإعلامية حفاظا على الأمن والاستقرار الداخلي، أين وجد الصحفيين انفسهم مطالبين بالحفاظ على مكتسبات قانون 1990 ،قبل المطالبة بتحسين ظروف الممارسة المهنية التي ازدادت سوءا .[3]

كما أن سنة 1993 عرفت بداية مواجهة بين المنددين بمسلوكات النظام في ميدان الممارسة الإعلامية مما جعل الاعتقال يطال الكثير من الصحفيين ومسؤولي الصحف والجرائد .[4]

---

[1] صالح بلحاج، **المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر من الاستقلال الى اليوم**، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2010 ،ص 139

[2] اسماعيلمعراف، **مرجع سابق**، ص51 ص53

[3] دنيا زاد سويح، **التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر**، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، باتنة ، 2019 ، ص143

[4] اسماعيلمعراف، **مرجع سابق** ،ص55 ص59

وأنشأت لأول مرة محاكم خاصة بمحاكمة للصحفيين والتي أثارت ضجة كبيرة في أوساط الطبقة السياسية والنخبة المثقفة ، كما عرفت هذه المرحلة الهجرة العديد من الأسماء اللمعة في ميدان الصحافة بكل أنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية والباقي إما امتنع عن التوقيع باسمه أو الظهور في الشاشة مباشرة فاختاروا المنفى والقنوات الأجنبية وتحملوا أو ضاعوافي الغربة من مشاكل وآلاملأنها وضعية المهنة غدت محفوفة بالمخاطر وإما تكتب وتتعرض إلى الاعتقال أو تمتهن السكوت، والسنوات الثلاثة التي أعقبت 1992 عرفت هيستيريا من الاغتيالات ضد الصحافيين ورغم ذلك دافعوا عن حرية التعبير ومصداقية المهنة و برهنوا مرة أخرىأنالإعلام في الجزائر رغم النقائص والسلبيات وانعدام الإمكانياتإلاانه ساهم في ترقية الحس المدني وإذكاء روح المسؤولية لدى المواطنين والغيرة على الوطن .[1]

[1] **المرجع نفسه**،ص59 ص61

الـــفـــــــــصل الـــــثالث : الإطار التطبيقي لـلدراسـة

1. التعريف بعينة الدراسة التحليلية
2. الجداول
3. التحليل الكمي والنوعي
4. نتائج الدراسة

1.التعريف بعينة الدراسة التحليلية

مجلة الجيش هي مجلة شهرية للجيش الوطني الشعبي تصدر عن وزارة الدفاع، مديرية الايصال والاعلام والتوجيه، المركز الوطني للمنشورات العسكرية.

مجلة الجيش تحتوي على نشاطات الجيش الرياضية والثقافية والعسكرية والخدمات الاجتماعية والزيارات والدبلوماسية الخاصة بقيادة الاركان .

العينة المختارة هي عبارة عن خطابات عن كتاب من مجلة الجيش لخلاصة خطب ورسائل السيد الفريق احمد قايد صالح نائب وزير الدفاع الوطني، رئيس اركان الجيش الوطني الشعبي .

ويعد الجنرال احمد قايد صالح احد ابرز الوجوه العسكرية داخل هرم قيادات الجيش الجزائري، وقف قايد صالح بجانب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة من خلال دعمه لفترة رئاسية رابعة، لكن المرض المتكرر جعل الجنرال يتصدر المشهد الاعلامي والسياسي في الجزائر كأحد رموز النظام وممثلهم في جل وسائل الإعلام الوطنية.

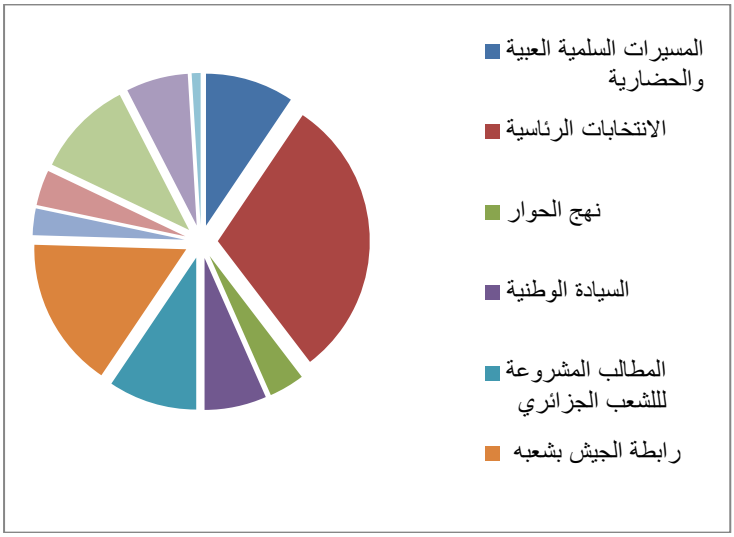
استمر تأييده في البداية لترشح الرئيس السابق لولاية خامسة، وخلال الحراك الشعبي الجزائري المناهض للعهدة الخامسة للرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019م، اعلن فيه دعم الجيش للشعب الجزائري واعلان عائق بوتفليقة الصحي وتطبيق المادة 102 من الدستور الجزائري، وتم الاعلان عن استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة .

2.**التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة التحليلية لخطاب" قائد الاركان قيد صالحً .**

تناولنا في هذا الفصل التحليل الكمي للبيانات والتحليل الكيفي وعرض نتائج الدراسة بعد ان استعرضنا في بداية الفصل الثالث بمدخل تعريفي لعينة الدراسة التحليلية في شكل التعريف بمجلة الجيش ونبذة عن قائد الاركان احمد قايد صالح وذلك لاعطاء فرصة للقارئ حتى يستطيع تشكيل صورة واضحة عن المادة محل التحليل، بينما تعرضنا في الجانب التطبيقي عن تحليل البيانات كميا وبعدها تحليل الكيفي استنادا للاجراءات تحليل المضمون كاداة لجمع البيانات، لفهم مايحمله المحتوى محل التحليل من دلالات ومؤشرات .

جدول رقم 01: يمثل فئة المواضيع المستخدمة في الخطاب

الرقم	الفئات الرئيسية	الفئات الفرعية	تكرار	النسبة
1	المواضيع السياسية	المسيرات الشعبية السلمية	10	**٪9**
		الانتخابات الرئاسية	32	**٪30**
		نهج الحوار	4	**٪4**
		السيادة الوطنية	7	**٪7**
		المطالب المشروعة للشعب الجزائري	10	**٪9**
		رابطة الجيش بشعبه	17	**٪16**
		الاحزاب الرفوضة شعبيا	3	**٪3**
2	المواضيع الاقتصادية	التنمية الاقتصادية	4	**٪4**
3	تهديدات داخلية	11	11	**٪10**
	تهديدات خارجية	7	7	**٪7**
	قضايا الارهاب	1	1	**٪1**
المـــــــجمـــــــــوع			106	**٪100**



التحليل: جدول رقم 01 يمثل فئة المواضيع المستخدمة في الخطاب

يظهر من خلال الجدول ان المواضيع السياسية البارزة والذات الاهمية كبيرة والتي بلغت نسبة 30٪ هي الانتخابات الرئاسية وهي البديل الانسب الذي يسعى من خلاله صاحب الخطاب على اقناع المواطنين بضرورة انتخاب رئيس جديد والتي يعتبرها استكمال لمشوار الفاتح نوفمبر 1954م الذي حرر البلاد من الاستعمار فان ديسمبر سيكون له الشرف في بناء دولة القانون والحق وفقا لبيان اول نوفمبر بدل من استمرار في المسيرات السلمية الشعبية الحضارية التي بلغت نسبة9٪ والتي وصفها صاحب الخطاب بانها ادهشت العالم برمته في مستوى حضارية الشعب الجزائري الاصيل، واتباع نهج الحوار الذي بلغ نسبة 4٪ والذي يسعى من خلاله صاحب الخطاب على دعم فكرة اجراء انتخابات وانها السبيل الوحيد للخروج من هذه الازمة السياسية، حفاظا على السيادة الوطنية التي بلغت نسبة 7٪ في محاولة منه على تقد يس الوحدة الترابية والشعبية والامن والاستقرار الذي يحظى به الشعب الجزائري .

وانه يجب الرضوخ لهذا الحل من بدل من جر البلاد الى الفوضى لا تحمد عقباها، في حدود المطالب المشروعة للشعب الجزائري والتي بلغت نسبة 10٪ التي من شانها ان تضمن احترام احكام الدستور واستمرارية الدولة وتطبيق المادة 102 من الدستور كمحاولة من صاحب الخطاب على اقناع الشعب ان مطالبهم المشروعة في حدود تطبيق احكام

الدستور ولا تقبل مطالب اخرى لا ترضي النظام السياسي القائم والذي يسعى على بقائه دون وصول الاحزاب المرفوضة التي بلغت 3٪ في خطابات العينة والتي يسعى صاحب الخطاب من خلال ذكرها على انها مرفوضة شعبيا وهي التي تحاول ركوب موجة المسيرات طمعا في وصولها الى السلطة والغاء الاحزاب التابعة لنظام السياسي القائم منذ الاستقلال الذي يسعى جاهدا على ترسيخ قيمه في نفوس المواطنين منذ الاستقلال وتقد يسه باعتباره له الفضل في اخراج المستعمر من البلاد.

وكذلك فئة رابطة الجيش بشعبه والتي بلغت 16 ٪ والتي يحاول صاحب الخطاب من خلال ذلك على ان الشعب الجزائري تضامن واتحد اثناء ثورة التحرير رفقة جيشه وها هو الان يؤيد مساعي المؤسسة العسكرية بعتباره المنارة التي يهتدون بنورها وانهم بدونها سيفقدون قوة امتلاك السلطة التي تحفظ للجزائر هيبتها .

اما المواضيع الاقتصادية فقد بلغت 4٪ في عينة الخطابات والتي يسعى من خلالها صاحب الخطاب على تشجيع على التنمية في المناطق الجنوبية لدفع عجلة الاقتصاد انطلاقا من حرص الدولة على الاقتصاد الوطني الذي من شانه ان يضمن عيشة كريمة للشعب الجزائري والدفع بعجلة الاقتصاد للارتقاء بالبلاد وازدهارها وتخلصها من التبعية وتحقيق الامن الغذائي والاكتفاء الذاتي .

اما المواضيع الامنية فقد ظهرت من خلال الجدول التهديدات الداخلية التي بلغت نسبة 10٪ والتي عبر عنها صاحب الخطاب بالعصابة ، الشرذمة الضالة، المندسين في محاولة منه الى تنبيه الى عملاء تسعى الى محاولات يائسة الهدف منها هو زعزعة استقرار البلاد وامنها وشعبها و الدخول في متاهات وخيمة العواقب.

بالاضافة الى التهديدات الخارجية التي بلغت نسبة 7٪ يسعى من خلالها صاحب الخطاب على وجود اعداء تتربص بالشعب وقيمه وثوابته الوطنية والتدخل في شؤونه داخلية.

ايضا قضايا الارهاب التي بلغت 1٪ كمحاولة من صاحب الخطاب على الاشادة بالاسلاك الامنية التي حارتبته ودفعت ثمن ذلك تضحيات جسام وتنبيه المواطنين على الارهاب الذي يستغل الفرص لزجه للعودة الى سنوات الجمر التي كابد ويلاتها .

جدول رقم 02: يمثل فئة الفاعل في الخطاب

الرقم	الفئة الرئيسية	الفئة الفرعية	تكرار	النسبة
1	فئة الفاعل	الشعب الجزائري	47	52%
2		الجيش الشعبي الوطني	36	40%
3		الاطراف المعادية	8	9%
المجموع			91	100%

التحليل: جدول رقم02 يمثل فئة الفاعل

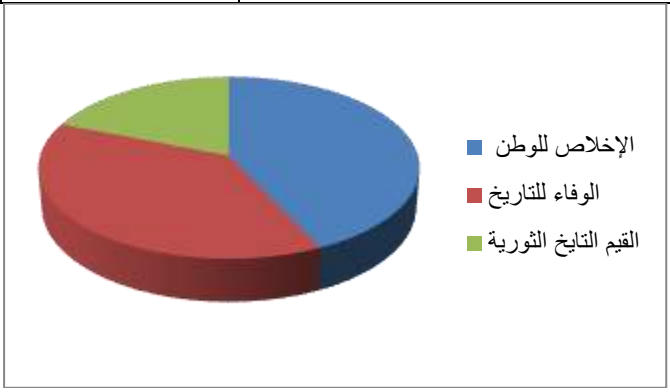
يظهر من خلال الجدول ان الشعب الجزائري الذي ظهر بنسبة 52٪ في عينة خطابات محاولة من صاحب الخطاب على الاشادة بالشعب وكسب رضاه من خلال خلال المحافظة على السمعة الطيبة للبلاد من خلال المسيرات الشعبية السلمية، بالاضافة الى الظروف العصيبة التي عانى منهاوالذي كابد ويلاتها مثل سنوات الجمر وويلات الاستعمار، والان ينبغي عليه الحفاظ على مصلحة وطنه لانه امانة ف ي اعناق اجيال الاستقلال .

اما الجيش الشعبي الوطني فقد ظهر بنسبة 40٪ في خطابات العينة محاولة من صاحب الخطاب على ابراز مكانة ودور الجيش في الدفاع عن الوطن والسهر على الدفاع عن السيادة الوطنية، والذي هو سليل جيش التحرير الوطني والذي يعتبر من هذا الشعب.

اما الاطراف المعادية فقد ظهرت بنسبة 9٪وهي التي تكون داخلية او خارجية ذات النوايا السيئة والتي تقوم بزعزعة استقرار البلاد والتي من شانها اطالة عمر الازمة، وخدمة مصالح اسيادها الضيقة لا اكثر.

جدول رقم 03: يمثل فئة القيم

الرقم	الفئة الرئيسية	الفئة الفرعية	تكرار	النسبة
1	القيم الوطنية	الاخلاص للوطن	18	43%
2		الوفاء للتاريخ	16	38%
3		القيم التاريخية الثورية	8	19%
المجموع			42	100%



التحليل: جدول رقم 03 يمثل فئة القيم الوطنية

يظهر من خلال الجدول القيم الوطنية التي يسعى من خلالها صاحب الخطاب على تاكيد موقفه لدى الشعب حيث بلغت نسبة الإخلاص للوطن 43٪ على ان المؤسسة العسكرية لا تسعى لطموحات سياسية وتعهده امام الله والوطن بتغليب المصلحة العليا للوطن ونكران الذات وهذا نتيجة الشعارات التي كانت ترفع في المسيرات وسب وشتم المؤسسة العسكرية بتدخلها في الشؤون السياسية .

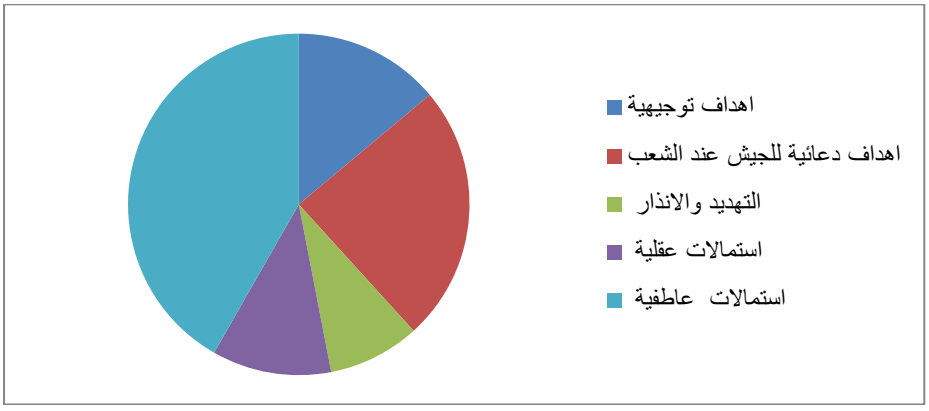
وحثه على الوفاء للتاريخ والتي بلغت 38٪ في خطابات العينة المختارة وهو الوفاء للثورة التحريرية والشهداء الأبرار الذين ضحوا بأرواحهم في سبيل ان تنعم البلاد في كنف الامن والاستقلال، وكذلك الوفاء لشهداء الواجب الوطني الذين دفعوا الثمن خلال سنوات

الحرب الاهلية الحقبة العصيبة التي شهدتا الجزائر للحفاظ على سيادة الوطنية من اجل الشعب الذي ينعم بالسكينة والطمأ نينة .

بالاضافة الى القيم التاريخية والثورية التي بلغت نسبة 19٪ وهي البطولات التاريخية للجيش الوطني الشعبي التي قام بها اثناء الثورة التحريرية وبعد الاستقلال لان الجيش هو هو سليل جيش التحرير الوطني والذي حمل مشعل اسلاف ميامين الذي حمل البندقية من اجل محو اثار الاستعمار.

جدول رقم 04: يمثل فئة الاهداف

الرقم	الفئة الرئيسية	الفئة الفرعية	تكرار	نسبة
1	الاهداف	اهداف توجيهية	16	14%
2		اهداف دعائية للجيش عند الشعب	28	24%
3		التهديد والانذار	10	9%
4		استمالات عقلية	13	11%
5		استمالات عاطفية	48	42%
المجموع			**115**	**100%**



التحليل: جدول رقم 04 يمثل فئة الاهداف

يظهر من خلال جدول الاهداف ان الاهداف التوجيهية بلغت بنسبة14٪ والتي يسعى صاحب الخطاب من خلالها الى التاكيد والحرص لتحافظ المسيرات على سلميتها

والتحذير من ان تخترق هذه المسيرات بالمؤامرات الدنيئة من قبل المندسين والعصابة الذين يسعون للوصول بالبلاد الى فخ الفراغ الدستوري وضرورة الاسراع في اجراء انتخابات رئاسية التي من شانها ان تخول المسؤولية للرئيس المنتخب الذي له كل الصلاحيات لممارسة مهامهه وفقا لاحكام الدستور.

كذلك تظهر من خلال الجدول اهداف دعائية للجيش عند الشعب والتي بلغت 24٪ يهدف من خلالها صاحب الخطاب على كسب ثقة الشعب وتأيده للمؤسسة العسكرية التي تحاول تطهير البلاد لاسترجاع هيبة الدولة ، وثقة المتبادلة بين الشعب والجيش وانه هو حامي من أذى العصابة وأذنابها، وتوفير الضمانات لإجراء انتخابات بكل شفافية وديمقراطية وحرية.

وكذلك تظهر تهديدات وا نذارات بنسبة 9٪ يحاول بمن خلالها صاحب الخطاب الى تحذير كل من تسول له نفسه الوقوف والتصدي لتعكير صفو اليوم الحاسم في مسيرة **الجزائر** هو12 ديسمبر اليوم الذي ستجرى فيه الانتخابات وانه سيلقى جزاءه بقوة القانون بكل صرامة .

كذلك يظهر من خلال الجدول استمالات عقلية بنسبة 11٪ والتي يسعى من خلالها صاحب الخطاب على التنبيه بالمؤامرات الدنيئة التي تحاك ضد الشعب والوطن من خلال تغليط الراي العام وتشكيكه في أي مبادرة من قبل المؤسسة العسكرية ، والاقتناع بالحل الدستوري وهو اجراء الانتخابات الرئاسية في موعدها وارساء الجزائر في بر الأمان.

كذلك الاستمالات العاطفية والتي بلغت نسبة42% والتي يسعى من خلالها الى ابراز حب الوطن والوطنية والوفاء لشهداء الابرار من خلال الحلف والقسم مثل والله على ما اقول شهيد....الخ. وذلك باستغلال جانب عاطفي للشعب لكسب تاييد للمؤسسة العسكرية وانه لا وجود لحل اخر يضمن استقلالية الدولة سوى حل المؤسسة العسكرية .

نتائج الدراسة:

1- يتضح من خلال دراسة الخطاب ان المواضيع ذات اهمية هي المواضيع السياسية والامنية والاقتصادية التي التي يسعى من خلالها الخطاب التاثير والاقناع في المتلقي بهدف تشكيل راي عام يسمح للنظام من استمراريته وبقاءه وحمايته من الزوال وان مطالب الشعب يجب ان تكون مشروعة في حدود قواعد الدستور لضمان سير البلاد دون وجود عثرات من شانها زعزعة الاستقرار.

2- يتضح كذلك ان الخطاب هو خطاب سياسي يحمل افكار تشغل الراي العام بمراعاة الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه المتلقي، فتارة يستخدم الترغيب والترهيب والتبرير بان مؤسسة عسكرية لا تسعى لطموحات سياسية بل هدفها بقاء الوطن فقط.

3- يتضح من خلال خطاب استخدام اسلوب تهديد بان من يقف في وجه سلطة سيدفع الثمن، واستخدام عبارات براقة يراد من خلالها لفت انتباه المتلقي مثل دولة الحق والقانون، الشعب الذي عايش ملمات والمحن قادر ان يتخطى هذه الازمة....الخ.

4- ان تركيز الخطاب هو اجراء انتخابات رئاسية لتمكن من عبور المرحلة الحالية وان اطالة عمر الازمة من شانه ان يؤدي بالبلاد الى المجهول والغرض من ذلك تخويف المواطنين والرضوخ لما تقرره السلطة الحاكمة .

5- ان الخطاب موجه للشعب الجزائري لاقناعه بتدارك عثرات وخيمة العواقب وموجه لاطراف معادية توجد داخل وطن تخضع لصالح العملاء وعبر عنهم بالشرذمة الضالة والمندسين والعصابة وأطراف خارجية توجد خارج الوطن تسعى لاستغلال الوضع وتأجيجه من اجل الحصول على مأربها .

6- ان النظام السياسي في الجزائر هو نظام قديم وعتيد قائم منذ الاستقلال وان انصاره من جيش التحرير الوطني الذي قام بالثورة التحريرية وانه لا بديل ولا مناص من ان ينتقل الحكم الى فئات شعبية اخرى .

7- ان الخطاب اعتمد على استمالات اراد من خلالها صاحب الخطاب على استغلال البعد النفسي العاطفي والعقلي للشعب لكسب تاييده للمؤسسة العسكرية وتقديم لها الولاء والطاعة وان من يخالف ذلك فيعتبر خارج عن القانون .

8- ان الاتصال السياسي في الجزائر محصور في فئة معينة من اعضاء السلطة تسعى على ايراث افكارها وترسيخها من جيل الى جيل، وهواستغلال شخصيات ثورية الموالية لنظام لالقاء الخطابات خلال الازمة السياسية .

9- برزت القيم الوطنية في الخطابات محل التحليل من خلال استخدام عبارات منمقة مثل الجزائر امانة ووديعة الشهداء في اعناق جيل بعد جيل، المرور بالجزائر الى بر الامان الى مرحلة جديدة مشرقة.... الخ يسعى من خلالها اقناع الشعب وامتصاص غضبه بضرورة الرضوخ الى الحل الذي اختارته السلطة.

12- استغلال اسم الثورة التحريرية كغطاء يختبئ تحته كل من هو موالي لنظام وكذريعة لممارسة السلطة على الشعب.

خاتمة

خلاصة القول ان الوضع السياسي الذي شهدته الجزائر جعل من الخطاب السياسي الوسيلة الاجدر والانجح في ادارة الازمة والتحكم في تداعياتها من خلال ما يلقى من خطابات الهدف منها هو السيطرة على الوضع، وتوجيه مسار الأحداث إلى القبول بالحل الذي اختارته السلطة الحاكمة ولا بديل اخر لحل الوضع.

كما كان للخطابات التي ألقاها قائد الأركان في أقل من سنة، بمعدل خطابين في الأسبوع، تأثير كبير على سيرورة الأحداث وتطورات الوضع في الجزائر. الأمر الذي أدى إلى حداث تغيرات كثيرة على اتجاهات الرأي العام داخليا وخارجيا، وكذا على السلوك السياسي للطبقة الناخبة بمختلف أطيافاها ومواقعها في مشهد الأزمة الجزائرية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

الكتب باللغةالعربية :

1) اسماعيل معراف،**الاعلام حقائق وابعاد**، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2007 .

2) بشير العلاق، العلاقات العامة في الازمات ،بط ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2009م.

3) حسن صعب ،علم السياسة، بيروت، دار العلم للملايين، 1976 م .

4) حسن عماد مكاوي و عاطف عدلي العبد ،**نظريات الإعلام** ، ط1، مركز بحوث الرأي العام ،جامعة القاهرة ،2007.

5) حصة محمد آل مساعد،أحلام عبد السميع العقباوي، **مهارات الاتصال و التفاعل**، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، مصر،2011 .

6) خضرة عمر المفلح، **الإتصال المهارات و النظريات وأسس عامة** ، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر و التوزيع، عمان ،2015 .

7) خليل احمد خليل، **سيسيولوجيا التواصل السياسي**، مترجما فليب ريتو، دار الفرابي، بيروت، 2008 .

8) رحيمة الطيب عيسات، **مدخل إلى الإعلام و الإتصال**، بط،جدار الكاتب العامي للنشر والتوزيع، الجزائر ،2008.

9) ريم مصطفى الدبس ،**مبادئ الاتصالات**، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2004.

10) زهير احدادن، **الصحافة المكتوبة في الجزائر**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007 .

11) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2017م .

12) صالح بلحاج، **المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر من الاستقلال الى اليوم**، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2010 .

13) صالح خليل ابواصبع، **استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته**، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005 .

14) كمال الدين جعفر عباس، **الاتصال السياسي** ،المكتب الاسلامي ،ط1، 2004 .
15) محمد بن سعود البشر ،**مقدمة في الاتصال السياسي**، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية ،الرياض.
16) محمد حمدان مصالحة، **الاتصال السياسي مقترب نظري تطبيقي**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002 .
17) محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشروالتزويع، القاهرة، ط1، 2012 .
18) محمود عكاشة ،لغة الخطاب السياسي، ط1 ،دار النشر للجامعات، مصر، 2005م
19) محمود حسن اسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التاثير**، ط1 ،الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة ،2003 .
20) منال طلعت محمود، **مدخل إلى علم الإتصال**، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية، ط 1، جامعة الإسكندرية، 2001 .
21) منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان، 2012م .
22) نسرين حسونة ،**نظريات الاعلام والاتصال** ،2015.
23) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
24) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ،ط1، للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر ،2007م .

الكتب باللغة الأجنبية :

1) Hugues cazenas ،**lesmodeles de la communication politique** ; cahiers francais ;n^{0}258 la cmmunication oct-des1992k.
2) dominiquewolton، **la communication politique**، construction d'un modèle n° 17،18، CURS édition، hermès la revue، 1995

الرسائل الجامعية :

1) دنيا زاد سويح، **التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر**، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، باتنة، 2019.

2) فاطمة الزهراء تنيو، **البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، دراسة في مضمون يوميتي الخبر والشروق اليومي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011 .

3) قادم جميلة، **الأداء الإعلامي في الجزائر بين الحرية والمسؤولية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية من 1990الى 2015 ،الصحافة الخاصة نموذجا، دراسة وصفية تحليلية للأطرالنظرية والتطبيقية للأداء الإعلامي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03 ،2017.

4) محمد الامين ولد سيد احمد، **تحليل الخطاب السياسي (دراسة االثنوغرافية اتصالية في الخطاب السياسي المريتاني)** مذكرة ماجستير– مخطوطة، جامعة الدول العربية، مصر،

المجلات و الدوريات :

1) محمد الولي، **الموضوعات الحجاجية الكبرى في المغرب**، مجلة علامات، المغرب، العدد19، 2004م

2) نبيلة بوخبزة، **نماذج الاتصال السياسي**، مجلة1