

جامعة الدكتور مولاي الطاهر - سعيدة



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم : العلوم الإنسانية

شعبة : علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل درجة ماستر علوم الإعلام والاتصال LMD

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور الاتصال السياسي في الحملات الإعلامية الإذاعية
الحملة التحسيسية لتشريعات 04 ماي 2017 بإذاعة سعيدة
الجهوية أنموذجاً

تحت إشراف _____

- من إعداد الطالبة:

الأستاذ:

مزدك جمال _____

- بكور دلال

أعضاء اللجنة المناقشة

الأستاذ:..... رئيساً

مشرفاً

مزدك جمال

الأستاذ :

ومقررًا

الأستاذ:.....عضوا مناقشا

الموسم الجامعي: 2016-2017 م / 1437-1438هـ

جامعة الدكتور مولاي الطاهر - سعيدة



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرُّج لنيل درجة ماستر علوم الإعلام والاتصال LMD

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور الاتصال السياسي في الحملات الإعلامية الإذاعية
الحملة التحسيسية لتشريعات 04 ماي 2017 بإذاعة سعيدة
الجهوية أنموذجا

تحت إشراف _____

- من إعداد الطالبة:

الدكتور:

مزدك جمال _____

- بكور دلال

الموسم الجامعي: 2016-2017 م / 1437-1438هـ

شكر وتقدير:

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد حمدا كثيرا مباركا يليق بجلال وجهك وعظيم سلطتك أن وفقنتي لإنجاز واستكمال هذا العمل، لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا، لا أحصي ثناء عليك أنت كما أثنيت على فضلك، وصلى الله وسلم وبارك على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين صلاة تنجينا بها من كل الأهوال والآفات تطهرنا بها من جميع السيئات وتقضي لنا بها جميع الحاجات وترفعنا بها أعلى الدرجات وتبلغنا بها أقصى الغايات في الحياة والممات.

وأحمد الله عز وجل حمدا يليق بجلاله على توفيقه إياه لإتمام هذا العمل المتواضع ومدني بالقوة والعون. كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان والثناء الخالص والتقدير إلى الأستاذ المشرف مزدك جمال على ما أسداه لي من توجيهاته القيمة وإرشاداته النيرة التي ذللت لي الصعاب وأنارت لي الدرب، ودفعتني قدما لإتمام هذا البحث المتواضع، فكان لي نعم المعلم الناصح الصابر فجزاه الله عني خير جزاء.

وإلى كل من ساعدني في هذا العمل منذ أن كان مجرد فكرة حتى اكتمل في صورته النهائية.

وأسأل الله أن يجزيهم عني خير الجزاء على صبرهم وتشجيعهم لي على مواصلة الدرب في ظل ظروف الصعبة التي مررت بها فكان لهم الأثر الأكبر في إنجاز هذا العمل. وإلى كل الأصدقاء والزملاء بما فيهم دفعة ماستر 2017 على دعمهم المعنوي والمادي إلى عمال مكتبة سعيدة.

كما أتقدم بالشكر إلى أساتذتي الأعزاء الذين سألنا مشرف مناقشتهم لبحثي هذا فلهم الشكر والتقدير.

جزاهم الله عنا كل خير

إهداء:

لا دار للمرء بعد الموت

إلا التي كان من قبل الموت جانبها

فإن بناها بالخير طاب مسكنه

وإن بناها بالشر خاب جانبها

أن لا يسعني في هذا المقام إلا أن أهدي ثمرة جهدي إلى مثل الأصالة والثبات ومن علمني أصول الحياة، ورباني على مكارم الأخلاق وعلمني سلاح العلماء، إلى من ساندني لي والفرج في النائبات وشقي من أجلي وأحاطني بذكر الدعوات إلى أجمل ما أهداني الله والذي العزيز لزرق أطال الله في عمره.

وإلى المترعة روحها بالإيمان التي يفيض قلبها رحمة وحنانا وشاطئ الأمان وملكة القلوب جميعا بطيبتها وحنانها، وكرست جهودها من أجل دراستي ونجاحي والتي ضحت بالقليل والكثير والرخيص والغالي في سبيل تعليمي وجعلته من دموعها حبرا. إلى من تحت قدميها جنة الرضوان، والدتي عائشة حفظها الله تعالى بحفظه وأطال في عمرها وإلى كل أفراد العائلة.

وأهدي هذا العمل إلى كل عمال وطلبة جامعة الدكتور الطاهر مولاي بسعيدة،

الطالبة بكور دلال

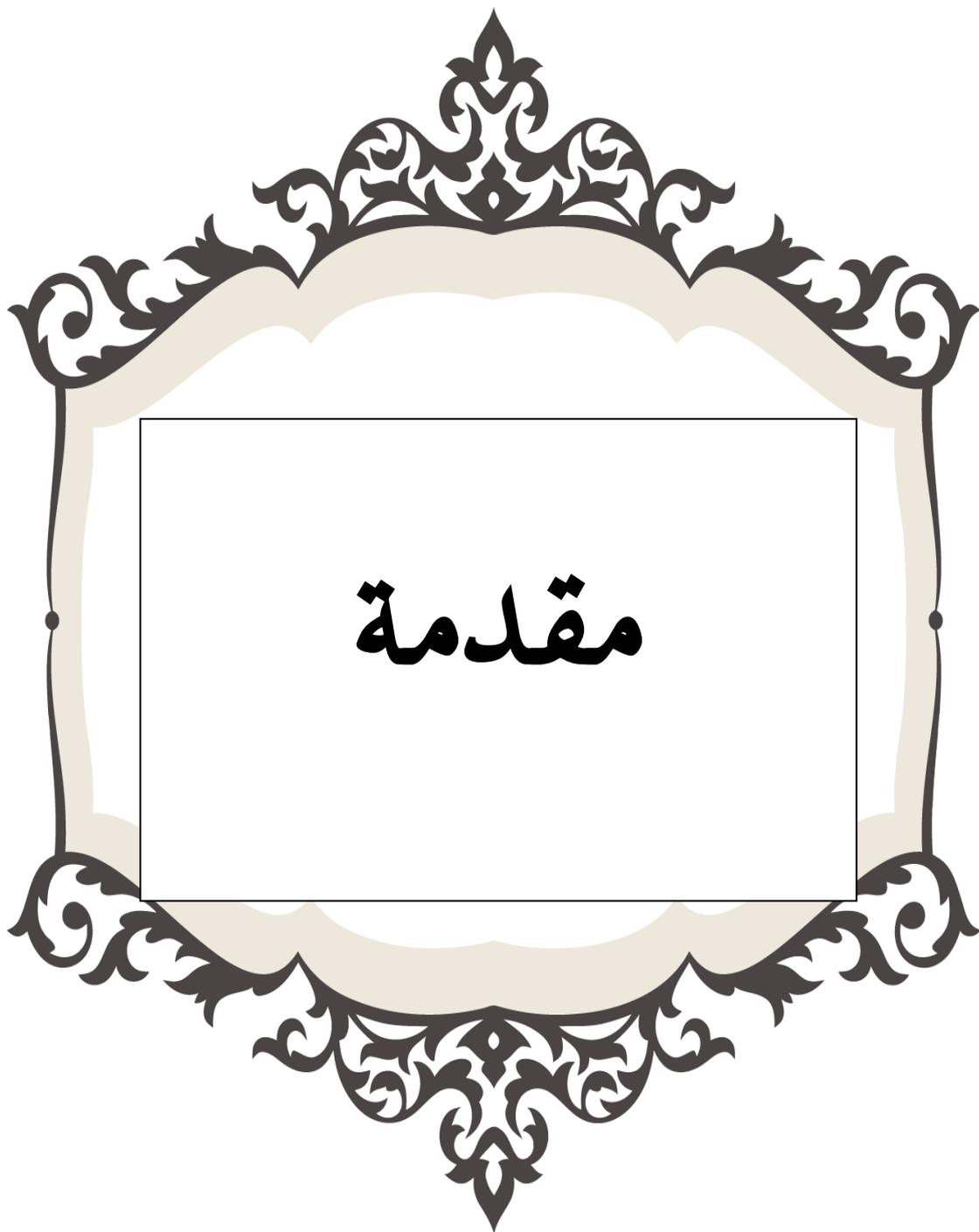
فهرست الموضوعات



	الشكر والتقدير.
	الإهداء.
	فهرست الموضوعات
أ	مقدمة.
2	الاطار المنهجي:
3	إشكالية الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
4	فرضيات الدراسة
5	أسباب إختيار الموضوع
6	أهداف الدراسة
7	الدراسات السابقة
11	المنهج المستخدم
11	أدوات جمع البيانات
14	مفاهيم الدراسة
16	الإطار النظري
17	الفصل الأول : الإتصال السياسي << الإطار المفاهيمي >>
18	تمهيد

19	المبحث الأول : ماهية الإتصال السياسي
24	المبحث الثاني : الإتصال السياسي <> مكوناته - نماذجه - الوظائف - وسائله <<
37	المبحث الثالث : المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي
39	خاتمة الفصل
40	الفصل الثاني : الحملات الإعلامية الإذاعية
41	تمهيد
42	المبحث الأول : الحملات الإعلامية
42	مفهومها - أهدافها
44	أنواعها - وسائلها
47	مراحل إعدادها
52	المبحث الثاني : الإذاعة وسيلة للحملات الإعلامية
52	مفهومها - أهدافها - وظائفها
57	خاتمة الفصل
58	الإطار التطبيقي
59	بطاقة تقنية لإذاعة سعيدة
60	لمحة عن إذاعة سعيدة
61	التعريف بالحملة التحسيسية للإنتخابات التشريعية بإذاعة سعيدة الجهوية

62	نشاط الإذاعة أثناء الحملة التحسيسية للإنتخابات بسعيدة
73	نتائج الدراسة
75	خلاصة
76	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة



مقدمة

يؤدي الإتصال دورا مهما في تقدم الحضارة الإنسانية وإحداث تغيرات جوهرية فهو يسهم في عمليات التنمية والتكامل والتنشئة في المجتمع المعاصر، فالجماعات تنشئ وتتطور بفضل الإتصال، كما أنه يساهم في إنتاج جماعة على جماعات أخرى ويجررها من مخاطر العزلة وإقامة علاقات بناءة.

فنحن نعيش في عصر إتصالي تميز بتطور هائل في التكنولوجيا، وتدفق معلومات بصورة كبيرة ومباشرة بحيث أن الإتصال أداة فعالة في تسيير أُمم وشعوب، والذي يؤدي إلى ظهور قيم وإتجاهات في المجتمع، له حقيقة ملازمة للوجود الإنساني، وبما أن الإنسان إجتماعي بطبعه لن يقدر أن يتفاعل إلا من خلال تعاونه مع غيره، هذا ما يفرض عليه أن يعيش إلا في مجتمع منقسم إلى حاكمين ومحكومين، ولذلك فالإنسان كائن إجتماعي وسياسي في آن واحد . ولا يمكننا في الواقع تصور نظام سياسي أو مجتمع إنساني دون إتصال الذي يعتبر سمة لكل ما هو موجود في الحياة البشرية بالإضافة أنه أصبح يشكل علاقة مت مختلف الميادين المعرفية، وفي مقدمتها " علم السياسة "، وبهذا التداخل يتشكل حقلا جديدا ألا وهو " الإتصال السياسي " بصفته عملية إتصالية موضوعها السياسة يعتمد على مجموعة من التقنيات والرسائل المستعملة من قبل الفاعلين السياسيين والحكام إتجاه الأفراد بالإعتماد على وسائل إتصالية للعرض والترويج وتقديم معلومات عن العالم السياسي، كما تساهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن الحكومة وما تفرضه في الواقع السياسي .

فوسائل الإتصال مهمة في الوقت الحالي، فقد أصبح السياسيون ينظرون إليها كأداة إقناعية للجمهور ووسيلة تأثيرية في آرائهم ومعتقداتهم خصوصا في فترة الحملات الإنتخابية التي يكون هدفها عادة الوصول إلى أكبر عدد من أفراد الجمهور .



الإطار المنهجي

الإشكالية :

الاتصال السياسي باعتباره نشاطا اتصاليا فهو يمثل عنصرا مهما في أداء السلطة والقائمين عليها، بالاعتماد على مجموعة التقنيات والرسائل التي ييثرها رجال السياسة باتجاه جمهور الناخبين .

فعمليات السياسية المختلفة لايمكن أن تمارس إلا بتوافر جهود الإتصال بإعتباره قوة فعالة في إيجاد الأنشطة السياسية هذا بالإضافة إلى مساهمة وسائل الإعلام في إحداث تأثيرات في الرأي العام، إذ تعمل على نشر الأخبار والمعلومات، وبهذا أصبح الجمهور على إرتباط بالأخبار والأحداث منها : " الأحداث السياسية " كما يمكن التأكيد على الدور الفعال للحملات الإعلامية بضرورة التفاعل داخل المجتمع من خلال الجهود والنشاطات التي يقوم بها القائمين عليها بتقديم معارف ومعلومات وتغيير إتجاهات الجمهور، فالحملة الإعلامية تبنى على أساس أهداف محددة وأساليب ملائمة لطبيعة الفرد وتوجهاته ومدى تقبله لمحتوى الرسالة، فهي تسعى لتأثير في الرأي والإقناع هذا من خلال الوسائل الإعلامية .

وتعد الإذاعة إحدى أهم هذه الوسائل نظرا للخصائص التي تتمتع بها، فمن قدراتها على تخطي الحاجز المكاني إلى قدراتها على مخاطبة كافة شرائح الجمهور باختلاف مستوياتهم . وهي بذلك تساهم في التطلع على مجريات " الحملات " التي تقوم بها ومن أبرزها " الحملات التحسيسية للإنتخابات التشريعية ل ماي 2017 " والتي شكلت موضوع دراستنا .

وهذا يقودنا إلى طرح الإشكال التالي : >> ما دور الاتصال السياسي في الحملات الإعلامية الإذاعية ؟
وحملة الإنتخابات التشريعية لماي 2017 بصفة خاصة .

تساؤلات الدراسة:

لكي نعالج إشكالية البحث، يتعين علينا تفكيك التساؤل الجوهري إلى مجموعة تساؤلات فرعية .

- ما المقصود بالإتصال السياسي؟

- ما دور الإتصال السياسي في الحملات الإعلامية الإذاعية حول المواضيع السياسية؟

- ما هي أبرز الأساليب والتقنيات المعتمدة للقيام بحملة تحسيسية للإنتخابات بإذاعة سعيدة؟

- ما مدى تأثير المحتوى السياسي على الجمهور من خلال الحملات الإذاعية؟

- كيف تكون الحملات الإذاعية وسيلة لنشر وتوعية المواطنين بالعمل الإنتخابي عبر برامجها وحصصها التي

تبثها؟

فرضيات الدراسة:

تعد الفروض من أهم العناصر في البحث العلمي لأنها تساعد الباحث في الإتجاه نحو الحقيقة التي أثار

مشكلة البحث وتساؤلاته، فهي تساعد على إقتصاد الجهد والبحث واشتملت دراستنا على فرضيات منها :

- الإتصال السياسي له دور مهم في الحملات الإعلامية.

- تعتمد الإذاعة على مجموعة من الأساليب التي تساهم في تفعيل محتوى الحملات التحسيسية للإنتخابات.

- تساهم الحملات الإذاعية في التأثير على سلوك بعض الأفراد وقد لا تؤثر على البعض الآخر.

- تعد الإذاعة وسيلة فعالة في تسهيل مهام الأحزاب المنتخبة وتقريبهم من المواطن لمعرفة مجريات العمل

الإنتخابي.

- الحملات التحسيسية للانتخابات التشريعية التي تقوم بها الإذاعة عمل مهم لتكوين أفكار وتقديم معلومات للجمهور المستمع حول أهمية الانتخابات.

أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع من أهم مراحل البحث العلمي وتمثل خطوة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله، وعادة ما يكون وراء هذا الاختيار أسباب ودوافع تتراوح بين الذاتية لرغبة الباحث، وأسباب موضوعية يفرضها الواقع .

1) أسباب ذاتية:

- محاولة تطبيق ما تطرقنا إليه في مشوارنا الدراسي.
- الرغبة في دراسة الموضوع عن قرب بما أننا مقبلين على الحملات الانتخابية ل 04 ماي 2017 .

2) أسباب موضوعية:

- يدخل موضوعنا في مجال تخصصنا.
- الرغبة في الاستفادة من هذا الموضوع لتحصيل معرفة أكبر حول الاتصال السياسي.
- التعرف على طبيعة مضمون الاتصال السياسي في الحملات الإعلامية.
- تكامل الدور بين الاتصال والسياسة في الحملة الإعلامية.
- التركيز على الإذاعة كونها وسيلة للحملات الإعلامية .

أهداف الدراسة:

- إبراز أهمية الاتصال السياسي في الحملات الإعلامية الإذاعية .
- معرفة مدى تأثير الحملة التحسيسية على سير العمل الانتخابي بولاية سعيدة.
- الوقوف على دور الإذاعة في الحملة الانتخابية التشريعية .
- توضيح أهمية الإذاعة كونها وسيلة مهمة في التأثير على المواطن والرأي العام .
- محاولة معرفة أهم الأساليب والبرامج المعتمدة للقيام بهذه الحملات.
- تقديم أفكار ومعلومات حول مجريات الحملات التحسيسية للإنتخابات.

الدراسات السابقة :

* الدراسة الأولى:

سعد آل سعود: الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي >> دراسة تحليلية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي <<

في إطار رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام لسنة 2006 .

تطرق الباحث من خلال دراسته إلى مستويات الإتصال والإتجاهات التقليدية والحديثة والدور الهام الذي تقوم به وسائل الإعلام في تنوير عقل الإنسان ونشر المعرفة السياسية والمساهمة في التنشئة السياسية للأفراد حيث طرح الباحث مجموعة من التساؤلات منها :

- ما الأهداف التي يسعى إليها المحتوى السياسي لوسائل الإعلام لتحقيقها؟

- ما إتجاهات معالجة القضايا السياسية في وسائل الإعلام ؟

- ما أساليب الإقناع المستخدمة في عرض القضايا السياسية؟

- ما المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعرفة السياسية ؟

- ما مدى ثقة الجمهور في المحتوى السياسي لوسائل الإعلام؟

توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تحظى بموقع واضح بما يخص العلاقة بين الجمهور والنظام السياسي،

فوسائل الإعلام السعودية نجحت في توفير ومتابعة المعلومات والقرارات المتعلقة بالنظام السياسي .

فوسائل الإعلام شاركت في مناقشة القضايا السياسية أكثر من المسؤولين السياسيين والحكام .

وفي الأخير ختم الباحث دراسته بمجموعة من التوصيات :

- أن تقوم وسائل الإتصال بأدوار أخرى مثل: المساهمة في صنع القرارات السياسية .
- إهتمام النظام السياسي بالإنترنت بوصفها حلقة وصل ما بين الأفراد وصناع القرار .
- إهتمام النظام السياسي بالعمل على تطوير بيئة الإتصال الشخصي والجمعي .
- كما يوصي مؤسسات النظام السياسي بالتعاون مع الجامعات والمؤسسات الصحفية والإعلامية.

التعليق على الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية إثراء دراستنا كونها تتشابه في المتغير المستقل ألا وهو

" الإتصال السياسي"، حيث قام الباحث بالتعريف الإتصال السياسي وتوضيح معناه الحقيقي وربطه بوسائل الإعلام ومدى تأثيرها في المجتمع وذلك من خلال تقديم معلومات وأفكار متعلقة بالنظام السياسي، ومدى مساهمتها في مناقشة القضايا السياسية .

فنقطة الالتقاء بين الدراستين هي فكرة ربط الإتصال السياسي عن طريق الوسائل الإعلامية إلا أن نقطة الاختلاف تكمن في نوع الوسيلة الإعلامية المعتمد عليها أكثر للحصول على المعرفة السياسية داخل المجتمع .

* الدراسة الثانية :

تباني عبير : الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتنوعية المرورية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة بسكرة 2012 .

كانت الدراسة حول الوضع الإعلامي التوعوي الخاص بحوادث المرور في الجزائر وقد ركزت على مدى فعالية الحملات الإعلامية الخاصة بالتنوعية المرورية المقدمة من طرف إذاعة سطيف، وذلك من خلال دراستها الميدانية على عينة من السائقين بولاية سطيف.

طرحت الباحثة مجموعة من التساؤلات أهمها :

- ما مدى تعرض جمهور السائقين للفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف إذاعة سطيف؟

- ما مدى تذكر جمهور السائقين لهذه الفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية؟

- ما الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية من وجهة نظر جمهور السائقين بولاية سطيف؟

نتائج الدراسة :

- أغلبية السائقين (الجمهور) يستمعون إلى الفواصل الإعلانية للإذاعة وذلك من حيث قصر مدتها وتكرار وإستمرار بثها إلى أن طبيعة الإستماع تختلف بين السائقين .

- إن أغلب السائقين يفضلون بالدرجة الأولى الإستماع للحملات الإعلانية باللهجة المحلية، كونها الأقرب إلى كل فئات المجتمع بإختلاف مستوياتهم .

- أما بخصوص المواضيع المعالجة فهي مهمة بالنسبة لهم لكنها مكررة وتفتقر إلى التجديد والتنوع.

- إن طبيعة الفواصل الإعلانية وطبيعة بثها أدى بالجمهور المستهدف إلى الإحتفاظ بالمعلومات والنصائح المقدمة ولو لفترة وجيزة. وهذا مرتبط إلى مدى تكرارها وطبيعة الإستماع إليها .

- إن نقص الثقافة المرورية من الأسباب الرئيسية التي تؤدي إلى عدم إحترام القانون والإلتزام بقواعده بحيث يجب تطبيقه بشكل عادل وهذا أهم حل للمشكلة المرورية .

- المرأة هي الأقل تعرضا لحوادث المرور من الرجل والأكثر إحتراما لقواعد وقوانين المرور والأكثر تأثرا بأسلوب التخويف.

- الحملات الإعلامية لم تؤثر على المستوى السلوكي للأفراد وذلك لنقص في الفهم والوعي والإلتزام بالقوانين والشعور العميق بالمسؤولية.

التعليق على الدراسة :

هذه الدراسة قدمت لنا مفهوم واضح حول الحملات الإعلامية الإذاعية ومدى فعاليتها البالغة بنشر التوعية وتحسين السلوك إتجاه بعض الأفعال التي تضر بالمجتمع، ولان الحملات الإعلامية نشاط قائم على أساس عمل متكاتف ومجهود مبذول تقوم به الإذاعة تحت خطط وبرامج توعوية.

ومن خلال هذه الدراسة استوفينا قدر معتبر من المعلومات التي تدعم دراستنا بإعتبارها مشابهة لها في محتوى الدراسة وهي الحملات الإعلامية الإذاعية . والمعنى العام من ذلك كان حول الهدف الذي تسعى إليه كل حملة من خلال الإذاعة والأثر الذي تتركه داخل المجتمع أي الجمهور المستمع .

منهج الدراسة :

يعتبر المنهج الطريقة العلمية والموضوعية التي يتبعها الباحث في دراسته للظواهر.

فالمنهج هو مجموعة العمليات العلمية التي تنطبق عليها خلفيات البحث من أجل الوصول إلى الحقائق مهما كانت¹.

يعرفه محمد زيان عمر: أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا، أو من البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون².

- إعتدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لما له من أدوات لجمع البيانات والتي نحددها: الملاحظة - المقابلة

~ المنهج الوصفي: يهتم بشرح وتصوير الواقع في مجال دراسة جمهور المتلقين.

" هو أسلوب من أساليب التحليل المركز على المعلومات الكافية والدقيقة عن ظاهرة وموضوع محدد من خلال الفترات الزمنية المعلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية³.

فهو يمثل المنهج الأكثر قابلية للإستخدام في بحوث الإعلام .

ويعرفه ذوقان عبيدات وزملاؤه: أنه وصف ظاهرة أو موضوع إجتماعي معين وتجميع وتحليل البيانات عنه لمعرفة العوامل المؤثرة فيه⁴.

أدوات جمع البيانات:

تم الإعتماد على مجموعة من أدوات جمع البيانات منها:

الملاحظة:

¹ عامر، مصباح. منهجية البحث في العلوم السياسية . ط2 . الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص13 .

² محمد عمر، زيان. البحث العلمي، منهج وتقنيات. ط4 . الجزائر، 1983، ص48 .

³ غازي، عناية. منهجية إعداد البحث العلمي. ط1: دار الفكر للنشر والتوزيع. عمان، 2007، ص78 .

⁴ ذوقان وزملاؤه، البحث العلمي، دار الفكر، عمان، الاردن، 2011، ص11.

- هي العملية التي تسيّر وفق منهج غائي معين يقوم بها الباحث لغرض علمي يستهدف الكشف عن الظاهرة والعلاقة الطبيعية أو الخفية التي تربط هذه العناصر والوظيفة التي تؤديها.¹

وهي أيضا توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين وظاهرة معينة بتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائص بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة .

فهي تعني الإهتمام والإنتباه إلى ظاهرة بشكل منظم بقصد تفسيرها وإكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها².

لذا تعد من أهم وسائل جمع البيانات لكونها تدرس الظاهرة عن كثب حتى يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين.

واتبعنا في دراستنا الملاحظة البسيطة :

وهي ملاحظة عرضية لا تهدف إلى الكشف عن حقائق محددة، وهي تأتي دون ضبط علمي أو إتخاذ إجراءات معينة أو إستخدام أجهزة لتحديد أبعاد الظاهرة المدروسة، فهي تحدث تلقائيا في ظروف طبيعية.

المقابلة :

تدخل ضمن أدوات البحث العلمي التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات .

- المقابلة : لغة؛ مشتقة من الفعل قابل بمعنى واجه، وهي بذلك المواجهة من حيث قيامها على مواجهة الشخص أي مقابله وجهها لوجه من أجل التحدث إليه في شكل حوار .

¹ إحسان محمد، الحسن. الأسس العلمية لمنهج البحث العلمي. ط2 : بيروت، دار الجامعة للطباعة والنشر، 1986، ص104 .

² أحمد، بن مرسل. منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ط2 : الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص23 .

إصطلاحاً: هي اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء أو مواقف

يعرفها بنجھام : المقابلة محادثة جادة موجهة نحو هدف محدد وليس الرغبة في المحادثة ذاتها.¹

مجتمع البحث :

هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع البحث، كما يعرف أنه مجموعة المصادر التي تنشر فيها دراسة خلال الإطار الزمني للبحث.

العينة : لقد أصبح إستعمال العينات لدراسة ظاهرة علمية أمراً شائعاً في مجال البحث العلمي بإعتماد الباحث اختيار عينة مجتمع المدروس.

هي جزء من المجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث.²

وخلال دراستنا سنتطرق إلى دور الإتصال السياسي في الحملات التحسيسية للإنتخابات التشريعية ماي 2017 من خلال الإذاعة كوسيلة فعالة لذلك.

حيث إختارنا عمال إذاعة سعيدة الجهوية كعينة لإجراء الدراسة عليها بإعتبارها جزءاً من مشروع مذكرتنا، وشملت العينة بعض الموظفين بإذاعة سعيدة.

* مجال الدراسة الميدانية

أ) المجال الزمني: حيث تم الشروع في هذه الدراسة مع بداية سنة 2017 م.

¹ جودت عز، العطوي . أساليب البحث العلمي. ط1 : دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009 ص 121 .

² جودت عزت، عطوي. المرجع نفسه، ص85 .

- جانب النظري : إستمر البحث فيه ما بين شهر فيفري إلى غاية نهاية شهر أفريل 2017 .
- جانب التطبيقي : شرع فيه في 09 أفريل 2017 م، وجاء ذلك تحسبا مع إنطلاق الحملات الإنتخابية التشريعية ل 04 ماي 2017، وإضافة إلى جمع قدر معتبر من المعلومات عن المؤسسة الإذاعية " إذاعة سعيدة المحلية " و حول مجريات العمل على إعداد الحملة التحسيسية للإنتخابات.
- ب) المجال المكاني : تم الشروع في إعداد هذه الدراسة بإذاعة سعيدة الجهوية .

تحديد مفاهيم الدراسة:

يمكن تحديد المفاهيم التالية [الاتصال - السياسة- الاتصال السياسي - الحملات الإعلامية - الإذاعة - الإنتخابات] .

الاتصال : هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الناس في ثقافي، اجتماعي يساعد على تحقيق التفاعل بينهم من أجل تحقيق الأهداف المرجوة.¹

السياسة : علم يهدف إلى تحقيق ضمان حقوق الأفراد وواجباتهم وتحديد الظروف التي يتحصل فيها كل فرد على نصيبه من الثروة أو النفوذ

الاتصال السياسي: هو أحد أنماط الاتصال الذي يؤدي إلى وظيفة سياسية للقائمين عليه .معنى أن أهدافه ودوافعه في جوهرها تقتصر على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل وسلوكيات الآخرين.²

الحملات الإعلامية :

أ) **الحملة** : جمعها ؛ حملات، وهي ما يحمل دفعة واحدة وهي كل عملية ذات مدة معينة.

¹ علي، فلاح الزعبي. الإتصالات التشريعية، مدخل منهجي . ط1 . الأردن : دار المسير للنشر، 2010، ص 27 .
² محمد، حمدان المصالحه. الإتصال السياسي، مقترح نظري-تطبيقي - . ط2 . عمان : دار وائل للنشر، 2002، ص 55 .

(ب) الإعلام : وهو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة¹.

الحملة الإعلامية: هي الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة، بهدف تحقيق غاية معينة أو مجموعة من الغايات والأهداف المحددة سلفاً تخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها ومن خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها وذلك لفترة زمنية محددة.²

الإذاعة: يعرفها عبد الحافظ سلامة؛ بأنها إنتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية، يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة. بمختلف النظم الإجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع.³

- هي إحدى وسائل الإعلام التي تقوم بنقل الأفكار والآراء والمعلومات إلى المستمعين عبر جهاز الراديو، وجمهورها من كافة الأعمار وبجميع المستويات، وهي بذلك الأوسع إنتشاراً والأكثر شعبية.

الإقناع: هو المضمون الموجه إلى تفسير السلوك الذي يمكن رؤيته بدلا من تغيير الإتجاهات التي يفتض أنها تغير السلوك ولا يمكن ملاحظتها.

- هو عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير في الآخر وإقناعه لفكرة ما.⁴

¹ عبد الفتاح، دويدار. سيكولوجية الإتصال والإعلام. ب. دط. الإسكندرية : دار المعرفة، 2005، ص 116 .

² عبد الفتاح، دويدار. المرجع نفسه. ص 66 .

³ طه عبد العاطي، نجم. الإتصال الجماهيري في المجتمع العربي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية،

⁴ حسن، عماد مكاوي. ليلى حسين السيد. الإتصال ونظرياته. ط 2. الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص 193 .



الإطار النظري



الفصل الأول:

الاتصال السياسي

(الإطار المفاهيمي)

تمهيد :

تلعب الإتصالات دورا مهما في العمليات السياسية إذ لا يتصور صناعة قرار سياسي لا يؤدي فيه الإتصال فيه دورا مهما، بحيث أن صانع القرار السياسي يحتاج إلى المعلومات التي تعرفه بمشاكل المواطنين ومطالبهم. وعليه فالإتصال السياسي هو ظاهرة إنسانية إرتبطت بتكوين الفرد الإجتماعي والسياسي وتفاعله مع الحياة السياسية داخل مجتمعه .

فهو بذلك يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البنية السياسية وتؤثر في عملية صنع القرار السياسي من خلال وسائل الإتصال المتعددة، هذا ما جعل الإتصال السياسي يسيطر على الحياة السياسية بشكل عام.

المبحث الأول : ماهية الإتصال السياسي

المجتمع السياسي :

"يرجع علماء السياسة التجريبيون المعاصرون ظاهرة المجتمع السياسي إلى الطبع الإنساني وعلى أساس أن السياسة جوهر في الإنسان مضمونه إستعداد الإنسان بطبعه ورغبته بفطرته في السيطرة، فظاهرة المجتمع السياسي هو تجمع بشري بسلطة سياسية، غير أنه من الثابت تاريخيا أن التجمعات البشرية قد دأبت منذ فجر التاريخ على أن يرتبط كل منها بإقليم معين على الوضع من شأنه أن أضحي الإرتباط بالإقليم يمثل عنصرا أصيلا من عناصر المجتمع السياسي".¹

" ومن هنا يتبين أن ظاهرة المجتمع السياسي تمثل بنية تقوم على عناصر ثلاثة :

- 1) (التجمع البشري : إن مجرد التجمع البشري الذي يأتي بعامل الإندفاع الغريزي لا يكفي بذاته بإعتباره مجتمعا بالمعنى الدقيق للفظ " المجتمع " في التعبير الإصطلاحي وإنما يعني " المجتمع " في لهجة العلم ؛ ذلك التجمع البشري الفطري وقد تراكم عليه مقوم معنوي قوامه، وعي أعضاء التجمع الفطري بأن للجماعة وجودا مميزا عن وجود أعضائها . وأن تجمعهم يستهدف تحقيق المصلحة العليا المشتركة
- 2) السلطة السياسية: لقد سبق أن أشرنا إلى أن السلطة السياسية تعني الإحتكار الفعلي لأدوات الإكراه المادي مصحوبا بتصور الجماعة له على أنه أداة تحقيق المجتمع الهادئ ومن ثم فإن السلطة السياسية في المجتمع السياسي تقوم على عنصرين أحدهما مادي، والآخر معنوي .

- 3) الإقليم: إن إستقرار جماعة بشرية ما بإقليم معين يربطها بالضرورة بموارد مادية معينة مما يستدعي من جانب الجماعة تنظيما إقتصاديا لا من أجل حاجة الحاضر فحسب، وإنما كذلك من أجل حاجة الغد. وهذا

¹ محمد، طه بدوي-ليلي، أمين مرسي. مدخل إلى العلوم السياسية. ب.دط.الإسكندرية:دار منشأة المعارف، 2011، ص19 .

التنظيم الإقتصادي قائم على التبصير يخلق ما في ذلك شك لدى أعضاء الجماعة شعورا بالتعاون من أجل إشباع الحاجات الجماعية والفردية معا .

فالإقليم كعنصر من عناصر المجتمع السياسي يقوم هو الآخر على مقومين أحدهما مادي هو "الإقليم" من حيث المجال الجغرافي، والآخر معنوي يتمثل في وعي الجماعة بالارتباط بإقليمهم".¹

نشأة الإتصال السياسي :

"أول ذكر للإتصال السياسي كان سنة 1956م، حيث ظهر كتاب بعنوان "السلوك السياسي" يناقش فيه موضوع العلاقة بين القيادة السياسية والجماعات النشيطة في المجتمع وتبادل التأثير السياسي بين الحكومة والمواطن بحيث حدثت تطورات مهمة شملت المجال التطبيقي البحثي مثل: آثار وسائل الإعلام في الإنتخابات السياسية،

وآثار الدعاية وتحليل اللغة السياسية".²

" إلا أن أول من أعطى دفعة قوية لهذا العلم هو "جون ميلتون" صاحب النظرية الليبرالية، وكان ذلك في القرن السادس عشر ميلادي من خلال تأكيده على الحرية في التعبير والتواصل والمشاركة السياسية وهذه الأفكار هي التي عمل "كانط" و" هيغل" و"ماركس" وغيرهم عا التأسيس لها لوضع أسس الديمقراطية الحديثة .

وتزامنت هذه الفترة مع بروز مفاهيم جديدة باتت بعد من صميم الإتصال السياسي كالرأي العام".³

¹ محمد، طه بدوي- ليلي، أمين مرسي. المرجع السابق، ص 20 .

² كمال الدين، جعفر عباس. الإتصال السياسي. ط 1. المكتب الإسلامي، 2004، ص 14 .

³ سعد، بن سعود . العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات إهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية، الرياض: منشورات كلية الدعوة والإعلام، 2006 .

وقد برزت مجموعة من التغيرات أشارت إلى أن القوة السياسية للدولة لم تعد حكراً على من يمارسون السلطة، فقد ظهرت مجموعة من القوى والأحزاب داخل المجتمعات الحديثة تمارس أنواعاً أخرى من القوى السياسية مثل: أحزاب المعارضة والنقابات والمؤسسات الإعلامية وبدأ الإهتمام بدراسة العلاقة بين السياسة ومكونات المجتمع وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى.

كما بدأ الإهتمام بالمشاركة السياسية والسلوك السياسي والانتخابات، وغيرها من الموضوعات ذات الارتباط بالاتصال السياسي ما بين أفراد المجتمع والنظم السياسية إلى جانب العناية بالإنسان ومشكلاته وأزماته وسلوكه السياسي ومشاركته في الحياة السياسية، إضافة إلى التطورات التي طرأت على العلوم الأخرى وتأثر العلوم الاجتماعية بمناهج العلوم الطبيعية، وتطبيق بعض مناهجها في مجال الدراسات الاجتماعية والسياسية.

" ومع التغيرات العالمية المعاصرة أصبحت السياسة والاتصال أكثر محورية وشمولية في حياة الإنسان المعاصر . وإبتداءً من القرن العشرين تغلغت السياسة وتحكمت في وارتبطت بأهم الإحتياجات البشرية، وتصدرت قائمة الأولويات في كل المجتمعات الحديثة كما لم تتصدرها في العصور السابقة، وأخذ كل نشاط إتصالي يصدر عن الإنسان يحمل معاني ومضامين سياسية واضحة أو غير واضحة كما أن كل قضية من القضايا المحلية أو العالمية التي تطرحها وسائل الإتصال أصبحت مرتبطة بشكل أو بآخر بالإعتبارات السياسية، إلا أن العديد من المعاهد والجامعات الغربية ذهبت إلى الإعتراف بالاتصال السياسي كحقل تعليمي قائم الذات وميدان مستقل عن باقي الحقول المعرفية."¹

تعريفات الإتصال السياسي

¹ سعد، بن سعود- الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي. رسالة مقدمة للحصول على كتوراه في الإعلام. كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود. السعودية. 2006. ص 41 .

"يشير مفهوم الإتصال السياسي إلى أطراف فاعلة على مسرح الحياة السياسية وتفاعل بينهما وفق منطق وأسس أو قواعد للعبة السياسية، وتشكل هذه الأطراف والتفاعلات والمنطق وقواعد اللعبة، والبنية الأساسية التي يمكن البناء عليها لتحقيق التحولات والإصلاح الديمقراطي.

يعرفه المفكر "ديستون": هو مناقشة عامة حول توزيع الموارد العامة والسلطة الرسمية، وهذا التعريف يتضمن عمليات الإتصال السياسي المكتوبة والشفهية أي من خلال اللغة لكنه لا يتضمن تلك الإتصالات ذات الطبيعة الرمزية.

أما "دوريس جريز" حيث يقدم تعريفا للإتصال السياسي حيث يرى أنه تتم عملياته من خلال ما يسميه <اللغة السياسية> والتي تتضمن رموزا وإشارات متنوعة كتعبيرات الوجه أو الإيماءة، أو ربما المقاطعة أو التجاهل.¹

تعريف ميدو 1980 : الإتصال السياسي هو الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه.

تعريف تشافي 1995 : الإتصال السياسي هو أثر الإتصال ووظيفته في العملية السياسية .²

"فالإتصال السياسي هو الطريقة التي بها تقوم الظروف السياسية بتشكيل نوعية الإتصال والكمية، من جهة أخرى هو الطريقة التي يمكن أن تقوم ظروف الإتصال بتشكيل السياسة، وعليه فإنه يمكن نغزو الإتصال

¹ عبد الغفار، رشاد القصيبي. الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي. ب. دط. القاهرة: مكتبة الآداب، 2007، ص 23.

² سعد، بن سعود. المرجع السابق، ص 42.

السياسي إلى أي تبادل للرموز أو الرسائل والتي إلى حد ما تكون قد شكلتها أو إنتخبها النظم السياسة الفعالة
1.

"و يعرف "بلاك" و"هارولد" الإتصال السياسي بقولهما: الإتصال الذي له تأثيرات واقعية أو محتملة في عمل
الدولة السياسي أو أية وحدة سياسية أخرى، والإتصال عنصر هام للسلطة إذ أن اللذين يملكون السلطة
يسيطرون على الإتصال لتحقيق أهدافهم للبقاء في السلطة سواء أكانوا ديمقراطيين أو غير ذلك، ومن تم فإن
القادة السياسيين يميلون دوما للتحكم في المعلومات المتاحة للمواطنين، وهكذا فإن خطابات السياسيين
والبرلمانيين والوزراء ورجال الأحزاب وحملاتهم الإيديولوجية والإنتخابية تدخل جميعا في هذا الإطار يضاف
إليها التغطيات والتحليلات الإعلامية للأحداث السياسية، إذ يجرى الإتصال السياسي أساسا في إطار الدولة
2.

كل إتصال هدفه السياسة، وقد أصبح الإتصال السياسي عنصرا مهما في أداء السلطة والقائمين عليها، فمن
يستحوذ على هذه السلطة يسعى جاهدا إلى السيطرة على وسائل الإتصال لتحقيق أهدافهم للبقاء في السلطة.

" ويركز الإتصال السياسي على التحليل :

(1) المحتوى السياسي لوسائل الإعلام .

(2) الفاعلين والوكالات المسؤولة عن إنتاج هذه المحتويات .

(3) أثر النظام الإعلامي على النظام السياسي .

(4) أثر النظام السياسي على النظام الإعلامي .

¹ كلثوم، بن تامر- إستراتيجيات الإتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص. مذكرة إستكمال لمطلبات نيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الإقتصادية .
2006 . ص 149 .

² كلثوم، بن تامر. المرجع السابق، ص 150 .

(5) أثر المحتوى السياسي لوسائل الإعلام على الجماهير والسياسة.¹

المبحث الثاني: الإتصال السياسي << مكوناته - نماذجه - الوظائف - وسائله >>

"عناصر ومكونات الإتصال السياسي: يحتوي على عناصر ومكونات خاصة بها، لعل أهم أطراف العملية من الفاعلين السياسيين، والمواطنين والذين يشكلون ليس فقط جمهور الإتصال بل قد يقدمون بأدوار الفاعل أو القائمين بالإتصال الجماهيري ذاته جزءا من عملية الإتصال السياسي في شكلها العام.

وعملية الإتصال السياسي لا تشكل في نهاية المطاف مجرد وجهات نظر أو بدائل للسياسات وحلول للمشكلات أم الرأي العام، وإنما تشكل أيضا قنوات ومسارات لصنع القرارات وإتخاذ السياسات أو تبني البدائل، أما السلطات والمؤسسات والجماعات المختلفة على مسرح الحياة السياسية، وعادة ما تشكلها ليس فقط الرسائل والمضامين التي تحملها بل وحركات مختلف أطراف العملية السياسية، ومن بين القنوات لصنع القرارات نجد :

أ) القناة اللفظية: يتم من خلالها نقل المعاني في رموز صوتية مباشرة.

ب) القناة الكتابية : يتم فيها نقل المعلومات كتابة.

¹محمد طه بدوي -ليلي، أمين مرسي، المرجع السابق، ص41

(ج) القناة التقنية : الهاتف بنوعيه "الثابت- النقال"، التلفزيون، الراديو.

(د) القناة التصويرية: الملصقات، لوحة الإعلانات.

في النظم السياسية الديمقراطية يلعب الإتصال السياسي دورا مزدوجا على محورين

أولهما : أن تنشر رسائل وتعكس تفاعلات أطراف الإتصال السياسي، وهي رسائل مصدرها عادة ما يكون

منشأة من خارج مؤسسات الإتصال ذاته.

ثانيا : أن ترسل الرسائل والمضامين السياسية التي منشأها الصحفي والمهني محترفي الإتصال السياسي .¹

"يشكل الفاعلون السياسيون أهم عناصر عملية الإتصال السياسي ويعرفهم البعض على أنهم أولئك الأفراد

الذين يطمحون من خلال وسائل مؤسسية وتنظيمية إلى التأثير على عملية صنع القرارات حيث يحاول هؤلاء

إحراز قوة سياسية للتأثير داخل الهيئات التشريعية أو الهيئات والمؤسسات المختلفة، في إتجاه تحقيق السياسات

التي يفضلونها وتحقق مطالبهم.

ومن أمثلة تلك الجماعات والمؤسسات، أطراف علاقات التفاعل في عملية الإتصال السياسي "الأحزاب

السياسية"، مختلف فئات الفاعلين السياسيين من شخصيات وقيادات وأفراد وتنظيمات وجماعات المصالح

والهيئات والمؤسسات العامة وغيرها من تنظيمات وجماعات يشهدها النظام السياسي.²

تأثير الإتصال السياسي :

" الإتصال السياسي عملية تتم من خلالها أدوات الإتصال الجماهيري المطبوعة أو الإلكترونية، من هنا فإن

قياس تأثير هذا الإتصال السياسي لا يختلف كثيرا عن الإتصال الجماهيري.

¹ عبد الغفار، رشاد القصبي. الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي . ب دط . القاهرة:مكتبة الآداب، 2007، ص ص، 25، 26،

² عبد الغفار، رشاد قصبي، المرجع السابق، ص 28

ثمة مناهج عديدة لدراسة قضية التأثير بالنسبة لمخرجات عملية الإتصال السياسي رغم ذلك فالكثير منها يواجه جوانب نقص عديدة، وقد لا تستطيع بسهولة الإجابة عن تساؤلات يطرحها الباحثون عادة.

ويمكن التمييز بين نمطين من مستويات التحليل :

أولهما : مستويات التحليل الميكرو " micro level " أي التحليل الجزئي، ومن هنا يكون التركيز على وجود مستهلك فرد للرسائل.

ثانيهما : مستويات التحليل الماكرو " macro level " أي التحليل الكلي، حيث يتم تجميع الإستجابات الفردية للإتصال السياسي معا، كما في إستطلاعات الرأي العام، وغيرها من مؤشرات قياس الإرادة السياسية الجماعية .

ومن هنا نجد أن الإتصال السياسي يرتبط بسمات وخصوصية تميزه وتجعل قياس أكثر تعقيدا وذلك نتيجة :

1) الطابع السياسي الذي يحمله هذا النوع من الإتصال الجماهيري.

2) الأهمية التي توليها دراسات قياس التأثير في الإتصال السياسي للعملية السياسية في النظم والمجتمعات الديمقراطية على وجه الخصوص ومدى تأثير هذه العملية وتأثيرها على الإتصال الجماهيري .¹

" نماذج الإتصال السياسي :

1) النموذج الإستراتيجي :

مصطلح "إستراتيجي" يعني عملية إتصالية موجهة نحو أهداف موافقة لمصطلح الفاعل أو القائم بالإتصال، أي أن العملية الإتصالية هنا تأخذ طابع الإستراتيجية التي وضعت لنفسها أهداف.

¹محمد طه بدوي - ليلى أمين مرسي . المرجع السابق، ص43

فالنموذج الإستراتيجي حسب " هيوك كازنيف " يقوم على فكرة عدم مساواة الأطراف المتداخلة في العملية الإتصالية السياسية، فالمرسل الوحيد في المجال السياسي عادة مايكون هو الحاكم، سواء كانوا قائدي جيوش أو من رجال السلطة، فهم وحدهم المؤهلين لأخذ الكلمة ولكن في حالة مالا يكون المرسل منتما إلى الدائرة الضيقة للفئة الحاكمة، وهذا يعني أنه خاضع لأوامر القائد، ففي كل الأحوال يكون المرسل هو الحاكم، في حين أنه يوكل للمحكومين دور المتلقين السلبيين. إنهم في كل لحظة مدعوون لمساندة الحاكم، لتعبئتهم للتصويت لصالح مترشح ما، إن أهمية الكتابات النظرية المعتمدة على النموذج الإستراتيجي تكمن أساسا في الدراسة المفصلة لمختلف تقنيات والوسائل التي يستعملها الحاكم لبلوغ أهدافه.¹

* حدود النموذج الإستراتيجي:

إنها حدود ذات طبيعة سياسية راجعة للصيغة الطاغية على هذا النموذج، فهو يقوم على البحث عن الفاعلية بأي وسيلة ومهما كان الثمن، إن إنعدام التوازن في الأدوار الموكلة لكل من الحاكم والمحكوم تؤثر بصفة كبيرة على علاقة الحاكم بالمحكوم بالإضافة إلى غياب الإلتزام بمبادئ أو أخلاقيات التي تتميز بها الإجراءات التي تتخذها الحكومات مع المحكومين تدخل في تناقض مع فكرة ممارسة الديمقراطية .

كما نشير إلى كون هذا النموذج يتعامل مع المحكومين كجماهير حاشدة سلبية، حيث لايعتبر الأفراد على كونهم متلقين أحرار مستقلين بأرائهم وسلوكياتهم ومسؤولين عنها ولكنهم كحشد سلمي يتمتع بكيان خاص يتعدى إدارة الفرد ويسيطر عليه.

(2) النموذج النسقي :

¹ نبيلة بوخبزة- الإتصال السياسي " نماذج الإتصال السياسي ". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد15. الجزائر. جوان 2014. ص 03 . : <http://revues.univ-ouargla.dz> . يوم 2017/04/23 على الساعة 20:20

إن النموذج النسقي يحلل الإتصال السياسي بوضعه في مجموع الأنساق التي يتفاعل معها : النظام السياسي، الإقتصادي، الإجتماعي، الثقافي.

هذا النموذج يعرف إذن الإتصال السياسي كعملية تبادل المعلومات بين مختلف الأطراف المشكلة للنظام السياسي كبنية مستقلة نسبيا هذا من جهة وبين النظام السياسي كله وما يحيط به من جهة أخرى.

ويمكن أن نستشهد في هذا المضمار بدراستين بارزتين :

الأولى ؛ " ألموند" وغولمن" والثانية " كيو دوتش".

تنتمي الدراسة الأولى إلى التحليل الوظيفي إذ ترى أن الإتصال السياسي بالنسبة إليه ما هو إلا وظيفة سياسية تختلف عن وظيفة الإدماج والحس الإجتماعي والتجنيد وهذه الوظيفة مدروسة وفقا لأربعة معايير التي يمكن تلخيصها فيما يلي :

1 - تجانس المعلومات السياسية

2 - تحرك المعلومات السياسية .

3 - حجم المعلومات السياسية.

4 - إتجاه المعلومات السياسية .

على ضوء هذه المعايير قام الباحثان بعقد مقارنة بين الأنظمة السياسية من خلال طبيعة الإتصال السياسي المتبنى في مختلف الأنظمة المدروسة، وإنتهوا إلى إبراز أوجه الاختلاف بين الأنظمة الديمقراطية والشمولية من جهة، وكذلك بين البلدان الصناعية والبلدان السائرة في طريق النمو .

3 (النموذج السلوكي :

يقوم النموذج السلوكي على برامج بحوث أميريقية هدفها إثبات النفي، هذا التصور لعلاقة وسائل الإعلام بالجمهور، لقد لخص " لاسويل " هذا البرنامج في سلسل ,من الأسئلة الشهيرة : من، يقول ماذا؟ بأية قناة ؟ وبأي تأثير ؟

فالاتصال السياسية في هذا النموذج يعرف على كونه علاقة قائمة بين المرسل من ؟ والرسالة ماذا؟ والمستقبل لمن؟، بأية قناة؟ وذات تأثير، بأي تأثير؟

إذ ينظر هذا التعريف إلى الإتصال السياسي كعملية خطية لإنتقال المعلومات وهو يصب كل إهتمامه على العنصر الأخير من سؤال " لاسويل " وهو عنصر التأثير الذي إستقطب إهتمام معظم الدراسات الإعلامية لما بعد الحرب ع 2، وفي مقدمة التأثيرات التي ستجلب إهتمام الباحثين الذي إنصب أساسا على موضوع الدعاية الحربية"¹

أهمية هذا النموذج وحدوده :

" لا شك أن هذا النموذج هو الذي هيمن على الدراسات والبحوث الإتصالية بعد ح ع 2 وفي هذا الشأن قدم "فرنسيس بال" تفسيراً مفصلاً عن هذه السيطرة بإرجاعها إلى الطابع الإجرائي والعملي، فمؤذج لاسويل سمح بتجزئة مجال البحث إلى عناصر أساسية تمثل هي بدورها مجالات مصغرة للبحث .

ويعاب على هذا النموذج 3 أشياء :

1- تركيزه فقط على الآثار القريبة المدى المباشرة لوسائل الإعلام مهمة الآثار العميقة.

2- تركيزه على جوانب التغيير الذي يحدثه التعرض لوسائل الإعلام .

¹نبيلة بوخبزة . المرجع السابق، ص ص 05 07

3 - التركيز على عنصر الآثار وحده في سلسلة "لاسويل" وإهمال العناصر الأربعة الأخرى وخاصة الجمهور "لمن؟"

4) النموذج النقدي :

إنه مرتبط بأعمال وأفكار مدرسة فرنكفونية التي تضم عددا من المفكرين جلهم ألمان من بينهم : هربرت ماركس - ماكس هورخيمر - جورج هيرسن.

فالإتصال بالنسبة إليهم هو مجموع الشروط والظروف التي يتم فيها إنتاج الواقع الإجتماعي والسياسي، ومن هنا تحتل اللغة الحوار والمحااجة أهمية بالغة في النظرية النقدية لتكوين تصور للعالم والمجتمع .

1) طرح قائم على قوة تأثير وسائل الإعلام : إن النظرية النقدية قائمة على شبه مسلمة بخصوص علاقة الجمهور بوسائل الإعلام مفادها أن وسائل الإعلام كاملة الجبروت وذات تأثير قوي على الرأي العام مما يجعلها تنظر إلى النموذج السلوكي كالنموذج الإتصالي المهيمن، فنظرية مدرسة فرنكفورت تذهب إذن أبعد من "لازيل سفيلد" الذي يرى أن وسائل الإعلام ذات تأثير محدود وأن نموذج "لاسويل" يبالغ في نظريته لقوة وسائل الإعلام.¹

" 2) الإتصال والديمقراطية: حيث تركز هذه النظرية على تحليل الديمقراطية الغربية التي يحتل في كنفها مفهوم الإتصال معانيه الكاملة نظريا ويصف سلوك الفاعلين عبر أربع أنواع من الأفعال :

أ) الأفعال التكنولوجية : الموجهة نحو غاية الفاعل .

ب) الأفعال القيمية والقائمة على الإمتثال لمجموعة من المعايير القيم.

¹نبيلة بوخيزة. المرجع السابق، ص 07 .

(ج) الفعل الدرامي أو المسرحي حيث يلعب كل فاعل دورا معيناً ضمن الجماعة.

(د) الفعل الإتصالي وهو قائم على الحوار بواسطة اللغة بين الفاعلين.

(3) الإتصال ولولب الصمت: فهذه النظرية تقترب في طرحها المتعلق بنظرها للفرد بالطرح الذي قدمه منظروا المجتمع الجماهيري، فالفرد بالنسبة لأصحاب هذه النظرية منعزل وبعيد عن الآخرين، فاللؤلؤ الذي تتحدث عنه النظرية يخص صمت الأفراد الذين يرفضون الإمتثال إلى رأي الأغلبية بالصورة التي تقدمها وسائل الإعلام.

5) النموذج التحويري :

هذا النموذج يقوم على مبدأ الحوار في الإتصال السياسي فبوصفه لواقع الإتصال الحديث في المجتمعات الرأسمالية وتركيزه على صفة الإغتراب الذي يميز الفرد الذي يعيش في كنفها، وهذا النموذج يقوم على فكرة أن الإتصال هو تبادل للحجج والبراهين قصد الإقناع بين مختلف الأفراد المكونين للمجتمع، والإتصال السياسي في هذا النموذج قائم على فكرة العقلانية وأن المعلومات المتبادلة فيه هي براهين وحجج عقلانية .

فهدف الإتصال السياسي في هذا النموذج هو الوصول إلى تحقيق الصالح العام، فتبادل الحجج والبراهين الإقناعية لايمكن أن تكون لها معنى إلا إذا إنصب في واقع المصلحة العامة .

6) النموذج التقني:

ظهر هذا النموذج في الستينات مع المفكر الكندي "مارشال" فهو يرى أن وسائل الإعلام هي حقيقة ذات تأثير قوي على الجمهور، فهو يرى أن تكنولوجيات الإتصال المهيمنة في عصر معين هي التي تشكل المتغير المستقل، أما أساليب التفكير هي تشكل المتغير التابع لمتغير التقنية. ويمكن القول على أن الآراء والسلوكيات هي

التي تتأثر بوسائل الإعلام فعلية ومفعول ووسائل الإعلام يقوم أساسا على كيفية تأطير المعلومات وتنظيم التفكير.¹

وظائف الإتصال السياسي:

لا يمكن تصور السياسة بدون الإتصال الذي يعد من أهم وظائف النظام السياسي ولا توجد سياسة خالية من الإتصال بين الحكام والمحكومين والعكس، وقد شبه "ألوند" الوظيفة الإتصالية في النظام السياسي بالدورة الدموية، فالإتصال يشبه الدم في قيامه بوظائفه والإهتمام لا ينصرف إلى الدم، أي لا ينصب على الإتصال في حد ذاته، ومن أهم وأبرز الوظائف:

أولا: الوظيفة الإخبارية:

هي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولات الإتصال الجماهيري باستخدام النشر والبت على نطاق واسع، فهي تشبع في الإنسان حاجته الفطرية في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية وإقتصادية وإجتماعية، وتهدف إلى نشر الأخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية بالإضافة إلى البيانات والمؤتمرات والوثائق والتحليلات من أجل فهم الظروف المجتمعية والقومية والدولية.

وتقوم هذه الوظيفة بخدمة السياسيين من خلال التركيز على أخبارهم ونشاطاتهم كما أن تراكم الأخبار والمعلومات حول إحدى الشخصيات السياسية العامة أو المنظمات يساهم في تكوين الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير.

¹ نبيلة بوخبزة. المرجع السابق، ص 09

إلا أن للأخبار جوانب سلبية، مثلما قد يحدث من توتر للجماهير-لا تخديرها- في حالة الإعلان عن حرب أو أحداث عنف، مما يؤدي إلى سلوكيات غير متوقعة. ومن جانب آخر فإن زيادة جرعة الأخبار والمعلومات التي تقدمها وسائل الإتصال عن السياسيين قد تتجاوز طاقة الجمهور وتؤدي إلى ردة فعل عكسية .

ثانيا: التنشئة السياسية:

هي عملية تنموية يتم من خلالها إكتساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية . وقد أشارت الدراسات والأبحاث الحديثة إلى أهمية دور هذه الوسائل في التنشئة السياسية وخاصة أن أغلب المعلومات التي يحصل عليها الشباب عن عالمهم السياسي تأتيهم بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق وسائل الإتصال، فعندما تتعرض الأسرة والمعلمون لهذه الوسائل فإنهم ينقلون التأثير إلى النشئة فهي تقدم حقائق محددة أو قيما عامة، فوسائل الإتصال تزود النشئة بنماذج سلوكية ويستخدمون هذه المعلومات لتكوين آرائهم نظرا لحاجتهم إلى مواقف وسلوكيات جاهزة للإقتداء"¹

ثالثا: " التسويق السياسي:

هو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في مواقف حيث يتم إستخدام مبادئ أو طرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية وذلك بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين، وهذه الطرق تشمل التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات الإستراتيجية التي يقوم بها المترشحون أو الحزاب السياسية أو جماعات الضغط أو المصالح والتي تحاول فيها قيادة الرأي ونشر أفكارها الخاصة أو الفوز بالانتخابات أو تحرير بعض القرارات والقوانين التي تم مصالحهم أو إحتياجهم."²

¹ سعد، بن سعود. المرجع السابق، ص ص 68، 70 .

² منير، حجاب. نظريات الإتصال. ط 1 . القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص 27

رابعاً: التأثير في إتجاهات الرأي العام:

تعتمد السلطة السياسية على وسائل الإتصال في توجيه الرأي العام المحلي والتأثير عليه وتحديد مواقفه المساندة لسياسات الحكومة ودعم برامجها السياسية والإقتصادية والإجتماعية .

وقد أكد الباحثون أن الصور والإنطباعات التي تبثها وسائل الإعلام من خلال نشاطها الإتصالي، المتمثل في نشر المعلومات والأخبار والتحليلات تحدث تأثيرات على آراء أفراد المجتمع وسلوكياتهم ومواقفهم .

خامساً: الرقابة على الحكومة:

يوصف دور وسائل الإتصال بأنه مثل دور الحارس اليقظ الذي يعمل كحارس ضد إساءات إستخدام السلطة الرسمية وكمراقب لمصالح المجتمع وصيانتته من الفساد، فوسائل الإتصال تعمل كرقيب للسلطة من خلال مراقبة المؤسسات والقضايا وتسليط الضوء على بعضها، وتقويم أداء الحكومة، وترويج مبدأ الحق في المعرفة، وهذا التركيز يلفت إنتباه السياسيين لها، كما أن هذه الوسائل تعمل كرقيب للأفراد فهي تعلمهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية .¹

سادساً : المساعدة في صنع القرارات:

تعد عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وقد أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية أن لوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية، ويرجع ذلك إلى سببين هما :

¹ سعد بن سعود. المرجع السابق، ص78 .

1- أن وسائل الإعلام تؤثر على القرارات السياسية ذلك لأنها تعطي الشعبية أو تحجبها عن صنع القرار

2- أن صانع القرار يعتقد أنها هامة، فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس إتجاه سياسته وقراراته.¹

سابعاً: دعم مشروعية النظام السياسي :

تعمل وسائل الإتصال كأداة من أدوات الشرعية الإجتماعية، على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات وتعيد تأكيد مستويات القيم المطلقة والمعتقدات الإجتماعية، وهي بهذا تدعم الوضع السياسي والإجتماعي القائم، كما تعمل على تقوية العاطفة تجاه النظام السياسي .

ثامناً: تأكيد الشعور بالهوية الوطنية:

إن وسائل الإتصال من خلال ماتقدمه من معلومات تقوم بدورها الهام في التأكيد على الشعور بالوطنية، من خلال نقل ثرات المجتمع -لغته وعاداته وتقاليده - وتعميق الروابط التاريخية والثقافية، وبث روح الولاء والإنتماء الوطني وتعميق العلاقة بين أفراد المجتمع والحكومة .

تاسعاً: إدارة الصراعات السياسية:

تساهم وسائل الإتصال في مواجهة الصراعات من خلال زيادة حجم المعلومات حول القضايا والأحداث الهامة التي تتطلب المعرفة، كقوة دافعة لإلتخاذ موقف صائب إتجاهها، فوسائل الإتصال تساهم في

¹ سعد بن سعود. المرجع نفسه، ص80 .

حل الصراعات داخل المجتمع من خلال تغطية معلومات كافة وجهات النظر بدلا من معرفة جانب واحد من الحقيقة.¹

تقنيات وسائل الإتصال السياسي:

يقصد بتقنيات عملية الإتصال السياسي تلك الوسائل والسبل التي تحمل مطالب القاعدة أو الحكوميين إلى القمة أو الحكام وبالتالي تساعد القمة في إتخاذ القرار الملائم وتوضح لها الرؤية من خلال إمدادها بالمعلومات اللازمة وإطلاعها على الحاجات والمطالب، فتمكنهم من إتخاذ قراراتهم وهي جد ضرورية لدراسة النظام السياسي وهي كما يلي:

1) **الإنتخابات:** إعتبر " بيردو " أن الإنتخابات وسيلة من وسائل الإتصال بين الحاكم والمحكوم أو بتعبير آخر هو قناة يمر عبرها تيار المعلومات من القاعدة إلى القمة، فهو وسيلة إتصال وأداة سياسية في الوقت نفسه.

كما ينظر " جون ماري " إلى أن الإنتخابات قد أصبحت تجمعا إتصاليا حيث يصدر المحكومين أحكاما على السياسيين، فالإنتخابات هي الموقف المفضل الذي يتقابل فيه الحكام والمحكومين.²

2) **بحوث إستطلاعات الرأي :** إن أهمية الإستطلاعات والرأي العام بالنسبة للنظام السياسي تكمن في أنها تمدد بالمعلومات عن الحكوميين ومن جهة أخرى فإن هذه الدراسات تساعد صناع القرار في ما يخص كيفية الوصول إلى جماعات معينة ومعرفة أي وسائل إتصال التي يمكن أن تستخدم.

¹ سعد بن سعود. المرجع السابق، ص ص 83، 85 .

² كلثوم، بن تامر . إستراتيجيات الإتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص. مذكرة للنيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية. 2005 . ص 79 .

3) الأحزاب السياسية: إن الأحزاب السياسية ليست محايدة وإنما هي وسائط بين الحكام والمحكومين فهي تحلل من ناحية وتبرز الأحداث بالإعتماد على مطالبها وإلى ما تتطلع إليه فهي تساهم في التعبير عن الإدارة العامة وتوجيهها .

4) الجماعات الضاغطة: يعرف "جيومينو" الجماعات الضاغطة بقوله " لا يوجد جماعات المصلحة في شكل تنظيم للضغط إلا ابتداء من اللحظة التي يبدأ فيها المسؤولون باستخدام التأثير على الجهاز الحكومي .
وتكمن وظيفة هذه الجماعات في صياغة مطالب وإهتمامات الجهة المسؤولة أنها تقوم بإعلام الحكام والرأي العام على سواء قصد إيجاد حل مرضي ."¹

المبحث الثالث : المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي

"تعددت المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي وذلك لسببين :

1- تعقد الظاهرة السياسية وإرتباطها بالعديد من الأنشطة والظواهر الأخرى في المجتمع .

2- إختلاف المنظور البحثي للظاهرة السياسية بين الباحثين فلكل باحث خلفية معينة ويمكننا التمييز بين أربعة

مدخل نظرية في دراسة الإتصال السياسي.

¹كلثوم، بن تامر. المرجع نفسه، ص80

أ) مدخل العملية : ينظر أصحاب هذا المدخل إلى أن الإتصال السياسي باعتباره جزء من عملية دائمة التغيير، يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها، ويرتكز هذا المدخل على فكرة التغيير الدائم في السلوك الإتصالي، ويعتمد أصحاب هذا المدخل على 05 مفاهيم:

- التاريخ يعيد نفسه في تكرارات محددة.

- التاريخ والتغيير السياسي لاينمان في دوائر منتظمة عبر الزمن بل في دوائر متعاقبة.

- مفهوم تطوري لحركة التاريخ يرى أن العملية السياسية تتطور نحو الأفضل عبر المراحل التاريخية.

- مفهوم يشير إلى أنه من الممكن ملاحظة العمليات الرئيسية ولكن ليس في إطار نموذج¹

ب) مدخل الإستخدامات والإشباعات : يندرج هذا المدخل ضمن النظرية والوظيفية في علم الإجتماع

ويركز على الوظائف التي يؤديها الإتصال السياسي بالنسبة للجمهور المشارك في عملية الإتصال، وتتمثل

إستخدامات هذا المدخل في دراسة الإتصال السياسي في مجالين:

● الكيفية التي يدرك أفراد المجتمع المواضيع والقضايا التي تعرضها الوسائل على أنها قضايا سياسية.

● التأثيرات الناتجة في علاقة السلوك السياسي بوسائل الإعلام في المجتمع .

ت) مدخل نشر المعلومات: يرتكز هذا المدخل عن كيفية ظهور و بروز المعلومات السياسية عبر قنوات

الإتصال في المجتمع، وقد إهتم أصحاب هذا المدخل بالإجابة عن عدة تساؤلات أبرزها :

ماهي النتائج والآثار الناجمة عن أنماط إنتشار المعلومات السياسية؟

¹فاطمة الزهراء منصورى- دور الإتصال السياسي في المشاركة الإنتخابية. مذكرة نيل الماستر . كلية الحقوق والعلوم السياسية. جامعة محمد خيضر. بسكرة. 2014. ص.24 .

هل يمكن تطبيق نموذج الإنتشار على كل أشكال المعلومات السياسية؟¹

(ث) المدخل البنائي : ومن أحدث المداخل في دراسة الإتصال السياسي، ويفتح هذا المدخل المجال أمام وسائل متعددة ونافعة لمعالجة القضايا السياسية المهمة في هذا المجال مثل : البحث عن الوسائل التي يمكن أن تتوفر عليها الرسائل السياسية لتتمكن من التأثير على الأفراد وطريقة فهمهم للأحداث السياسية وكذلك للشخصيات السياسية.²

خاتمة

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، توصلنا إلى الإتصال السياسي من أهم مجالات علم الإتصال بالإضافة أنه أصبح يسيطر على الحياة السياسية باعتباره عنصرا مهما لأداء السلطة، وهو بذلك يسعى لتحقيق أهداف سياسية لإحتوائه مجموعة من الآليات والتقنيات والوسائل المعتمدة في صنع القرارات لدى أصحاب السلطة والحكومة لدراسة النظام السياسي .

¹فاطمة الزهراء منصورى. المرجع السابق ، ص25 .

²فاطمة الزهراء منصورى. المرجع نفسه، ص26 .



الفصل الثاني:

الحملات الإعلامية الإذاعية

كدعامة للإتصال السياسي

تمهيد

في الكثير من الأحيان نحتاج إلى القيام بتنفيذ حملات إعلامية سواء كان ذلك لنشر أفكار أو معلومات أو تعديل سلوكيات هذا ما استدعي أن نربط ذلك بمجموعة من الأسس والمبادئ قبل القيام بأي حملة إعلامية، لكونها تعد من أهم النشاطات الإتصالية التي تختلف طرق إعدادها وخططها، إلا أن نجاحها أو فشلها يتوقف على مهارات الجهاز الإعلامي أو القائم بالحملة، وتقوم بها وسائل الإعلام الجماهيرية والتي نذكر منها " الإذاعة" التي تعد من وسائل الإعلام المسموعة إذ تتميز بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى .

المبحث الأول : الحملات الإعلامية

تعريف الحملة: "هي سلسلة من الإعلانات المتناسقة تستخدم موضوعاً أو مسألة محددة وتخطط لإنجاز هدف معين وقد تكون محلية أو وطنية وتستغرق مدة زمنية معينة، فهناك العديد من الباحثين الذين تعاملوا مع هذا المفهوم في سياقات مختلفة .

وكرأي " دينيس ليندن" أن الحملة : عمل مبرمج يراعي تحديد الجمهور وخصائصه وإنشغالاته، ثم تحديد الأهداف من هذه الحملة، فهي تتحرك بالعناصر هي نفسها عناصر إستراتيجية.¹

مفهوم الحملة الإعلامية:

" إن الحملة الإعلامية ظاهرة إجتماعية، سياسية، ثقافية، مؤسسية، وأكبر من ذلك هي إتصالية إنها ترتبط ببيئة الإتصال أو أنها تفترض بيئة إتصالية يتحتم فيها النظر إليها وفق طرح معتبر أن الإتصال هو النشاط الذي يجعل الحياة ممكنة .

وكمفهوم آخر تعرف الحملة الإعلامية أنها مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة بهدف ترويج أفكار معينة أو زيادة القبول لفكرة إجتماعية وذلك لإحداث تغيير في إتجاهات وسلوكيات الأفراد وأقناعهم بقبول فكرة أو سلوك إجتماعي معين أو بهدف ترويج خدمة أو منتج معين خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة محددة والوصول إلى رد فعل يتلائم مع هدف المرسل أو القائم بالإتصال.²

¹ فؤاد عبد المنعم، بكري. التسويق الإجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتاب، 2007، ص 61 .

² فؤاد عبد المنعم، بكري، المرجع نفسه، ص 62.

فالحملة الإعلامية هي نشاط في بارز وهام وخاضع لعملية التصميم التي يقوم بها الشخص أو مجموعة يتميز بمواصفات معينة، فالقائم بالاتصال بنجده مرتبط بشبكة معقدة من الجوانب التي هي نفسها تحيط بفعل الاتصال.

"فالحملة الإعلامية لاتصمم بصفة عشوائية أوإعتباطية بل يجب أن تحترم خصائص المجتمع السيكولوجية منها والثقافية وحتى المعرفية وذلك من خلال محتوى الحملات الإعلامية في حد ذاتها فهي مضامين مصورة، مكتوبة، ملفوظة بالإضافة إلى هذا يمكننا إعتبار الحملة كونها جهاز بإستطاعته أن يشكل مواقف لدى أفراد المجتمع وعادة ما تكون مشتركة ."¹

"ويرى "ميشال لونت" أن الحملة الإعلامية عمل في يستخدم كل الأساليب وسائل الإتصال، فهي تعتمد على ثلاث جوانب هي:

- إختيار مناسب للموضوع يكون أكثر إقناعا للجمهور .
- تناسب الموضوع مع الإمكانيات المتاحة أمام المرسل .
- محتوى الحملة ينبغي أن تحقق إدراكا فعليا للظاهرة من طرف الجمهور .

* أهداف الحملة الإعلامية :

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات البيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم.
- التأثير على المواقف وإتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة .
- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أطراف سياسية وإجتماعية.

¹فؤاد عبد المنعم، بكري. المرجع السابق، ص62

- تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة.

- توضيح بعض الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع .

وعليه فالأهداف الممكنة تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية يجب ان تكون واضحة ومقنعة للجماهير

المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة توفر عنصرين الشفافية والوضوح.¹

أنواع الحملات الإعلامية:

"تقسم الدكتورة" منى سعيد الحديدي " والدكتورة" سلوى إمام علي " الحملات الإعلامية إلى :

- 1 حملات التغيير المعرفي : وتعرف بحملات المعلومات العامة أو التعليم العام، عادة ما تهدف إلى تزويد

الأفراد بمعلومات وزيادة وعيهم بقضية ما هذا النوع من الحملات يعتبر من أسهل حملات التغيير، لأنها تهدف

إلى إحداث تغيير في سلوك الأفراد .

- 2 حملات تغيير الفعل: وتعرف بحملات العمل، عادة ما تهدف إلى إقناع أكبر عدد من الأفراد للقيام بعمل

معين خلال وقت محدد، هذا النوع لا يتطلب فقط إخبار الجماهير وإعطائهم معلومات ولكن حثهم على عمل

أو فعل ما .

- 3 حملات التغيير السلوكي: ويعرف هذا النوع بالحملات السلوكية حيث تهدف إلى حث الأفراد على

تغيير بعض أنماط السلوك، تعتبر من أصعب الحملات حيث يصعب تغيير بعض أنماط السلوك والعادات التي

يقوم الأفراد على القيام بها لفترة طويلة، حيث يجب على الأفراد أن يتخلصوا من عادات قديمة ويتعلموا عادات

جديدة مختلفة ويستمرروا في ممارستها.

¹ محمد إبراهيم، عبيدات. التسويق الاجتماعي. ب ط. عمان : دار وائل للنشر والتوزيع، 2004، ص 17 .

4- حملات تغيير القيم: وتهدف إلى تغيير القيم والمعتقدات وعادة ما ينخفض معدل النجاح فيها إلى حد كبير، حيث يصعب تحريك القيم والمعتقدات التي يحتفظ بها الأفراد منذ فترة زمنية طويلة، وقد تلجأ الجهات التي ترغب في التغيير في هذا النوع من الحملات إلى إستخدام القوانين والتشريعات التي تلزم الأفراد بتغيير قيمهم ومعتقداتهم والتي لا يمكن أن يغيروها من تلقاء أنفسهم وبشكل طوعي، وبعد فترة فإن الإلتزام بالقوانين يمكن أن يؤدي إلى إحداث التغيرات المطلوبة في الإتجاهات والمعتقدات.¹

وسائل الحملات الإعلامية :

أ) وسائل الإتصال الجماهيري:

1 - التلفزيون : يتميز بحملة من الخصائص والمميزات تجعله الوسيلة الأكثر قوة وحضورا في عالم الإتصال

من خلال:

~ القدرة الكبيرة على جذب الإنتباه لجمعه بين الصوت والصورة .

~ يحقق درجة عالية من التذكر لدى المشاهدين نظرا لإمكانية تكرار الرسالة وبصفة عامة فإن التلفزيون يزود

الحملة بمميزات بمعنى أن المنظمات التي تعلن عبر التلفزيون ينظر إليها على أنه يمكن الإعتماد عليها والثقة بها.²

2 - "الإذاعة : إن بث الحملات الإعلامية عبر الإذاعة هو خيار جذاب بشكل متزايد للعديد من المنظمات

وهذا بسبب:

~ أن للإذاعة وسيلة إعلامية تمتاز بالحيوية التي تنطلق من الصوت الإنساني.

~ لا تتطلب أي قدر من التعلم كالقراءة والكتابة ولها أثر قوي الإيجابي.

¹ عبير، تباي- الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر. مذكرة لنيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة محمد خيضر. بسكرة. 2012. ص 117 .

² عبير تباي. المرجع نفسه، ص 118 .

~ أصبحت الأفكار من خلال الإذاعة شاعا تنساب إلى البيوت وتتسلل إل النفوس وإضافة إلى ذلك
فالإذاعة تتمكن من إضفاء الأثر الدرامي على سردها بواسطة عوامل ثلاث: المؤثرات الصوتية - الموسيقى -
الحوار.¹

3 - الصحيفة : توفر للقارئ السيطرة على ظروف التعرض أو القراءة، فالفرد يقرأ الجريدة أو المجلة بصفة
عامة في الوقت الذي يختاره وفي المكان الذي يراه ويحدده بذاته.

~ توافر المعلومات عن معدلات التوزيع وخصائص قراء كل جريدة .

~ لكل صحيفة قراءها الخاصون وبالتالي يتمكن المرسل من إختيار الصحف الأمثل .

~ المقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة.

4 - المنشورات والكتيبات: وهو إنتاج مكتوب يوزع على الجمهور المستهدف تشمل الشرح للموضوع
ويمكنها أن تكون أكثر جاذبية وموضحة إذ إستعملت معها الصور والمخططات.²

5) وسائل الإتصال الإلكتروني : "تعتبر من أحدث الوسائل الإتصالية التي يعرف إستخدامها تزايدا
وإنتشارا، فهي توفر الفرصة لأي فرد أن يكون مرسلا ومستقبلا في آن واحد وفي أن يعبر عن رأيه وينشر
أفكاره ووجهات نظره على أوسع نطاق ممكن والتي نذكر منها : الأنترنت - الهاتف النقال - البريد
الإلكتروني- الفاكس.

¹محمد، عبد الحميد. نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير. دط. القاهرة:عالم الكتاب، 1997، 47 .

²عبير تباي، المرجع السابق، ص 122 .

ب) وسائل الإتصال الشخصي: حيث يلعب الإتصال الشخصي دورا محمدا في الحملات الإعلامية فهو تفاعل الأفراد وجهها لوجه من خلال التبادل اللفظي وغير اللفظي للرموز، حيث أنهما تساعد على جذب المجموعة المستهدفة.¹

مراحل إعداد الحملات الإعلامية :

1) مرحلة جمع المعلومات وتحديد المشكلة:

"تعد هذه المرحلة هي حجر الأساس في عملية إعداد أي حملة وتكون بجمع المعلومات عن الواقع المراد التوجه إليه وعن الجمهور ومدى تعرضه لوسائل الإعلام إلى جانب معرفة القيم والسلوكيات المرتبطة بهم وبالحملة، وعلى القائمين بالحملة الإعلامية أن يتعرفوا على طبيعة الجمهور المستهدف من حيث: الخصائص السوسيوديمغرافية: العمر، الجنس... الخصائص النفسية، الخصائص الاجتماعية.

فالتخطيط الواعي للحملة يجب أن يضع الجمهور المستهدف وبيئته المحيطة في ذهنه.

2) تحديد الأهداف العامة للحملة:

وهي الغايات والمقاصد الأساسية للطبقة التي تدور عليها الحملة وهي الجوهر الأساسي لتغيير السلوكي، والتي من أجلها يتم العمل من خلال التعريف بالمشكلة وأسبابها والحلول المقترحة.

¹عبير تباي. المرجع نفسه، ص 122، 123 .

وتعتبر من أولى الخطوات التي يجب على القائم على الحملة وخاصة أنها تساهم في:

- تحديد الجمهور المستهدف تحديدا دقيقا.
- تحديد نوع المعلومات والمهارات التي يمكن تزويدهم بها .
- وضع ميزانية الحملة وتوجيهها الإتجاه السليم.
- تعمل الأهداف كأدوات الإتصال والتنسيق بين كل المعنيين بالخطوة أو الحملة.
- توفر معايير تقييم الحملة.
- تحديد المدة الزمنية اللازمة لإنجاز الحملة وتحديد الأهداف.

3) مرحلة إتخاذ القرارات وتحضير الإستراتيجية:

- تحديد فريق العمل المكلف بالقيام بالحملة فمهام الرئيسية لهذا الفريق:

~ قيادة الحملة والتخطيط لها وتنفيذها ومتابعتها.

~ يتوقف عدد عناصر الفريق ونوعية هذه العناصر على نوعية الحملة وحجمها.¹

- "إختيار وسائل الإتصال المناسبة وتمثل في معرفة وتحديد الوسائل الإعلامية والإتصالية التي يمكن

إستخدامها بشكل فعال في تحقيق أهداف الحملة الإعلامية ويأتي هذا الإختيار بناء على المعايير التالية :

- مدى ملائمة الوسيلة للجمهور المستهدف .

- مدى إنتشارها بين هذه الفئة المستهدفة .

¹ تباي عبير. المرجع السابق، ص135

- مصداقية الوسيلة لدى الجمهور .
- مدى قدرة الوسيلة على التأثير في الجمهور .
- إختيار أساليب الإقناع أو العناصر المحركة للإستراتيجية وصياغة الرسالة الإعلامية وذلك يتطلب صياغة بعض العناصر المتمثلة في :

- ~ الشعار: هو جملة أو مجموعة كلمات تؤدي معنى معين، وقد يستخدم كعنوان .
- ~ العنوان: ويعتبر من العناصر الهامة في الإعلام، والمفروض فيه أن يكون محررا.
- ~ النص: وهو العنصر الأساسي للمعلومة، ويساهم بنسبة 30% في نجاح الحملة.
- ~ توقيع الرسالة أو ختم الرسالة: لابد أن تكون جاذبة للإنتباه بواسطة الجودة وتركيبية الشكل .
- جدولة الحملة الإعلامية: ويتضمن برنامج يحتوي فيه :
- ~ البرمجة الزمنية للحملة أي الفترة الزمنية التي يكون فيها الأفراد أكثر قابلية لتلقي الرسالة .
- ~ مدة الحملة أي موعد إنطلاقها وموعد نهايتها.
- ~ إتجاهات الحملات عند التنفيذ.

4) مرحلة التنفيذ المتابعة والتقييم:

- التنفيذ وهو التطبيق الفعلي للحملة الإعلامية خلال الفترة الزمنية المحددة وفقا للبرمجة المحددة سلفا وتعد مرحلة التنفيذ هي مرحلة إختبار الجهود التي بذلت في مرحلة الإعداد، حيث يتم تقديم المضامين والموضوعات من خلال الوسائل الإعلامي التي تم إختيارها.¹

- المتابعة: وتتم خلال مرحلة التنفيذ، وهي عملية فكرية وإتصالية وليست مجرد عملية إدارية بيروقراطية فهي تتم من خلال ملاحظة تنفيذ وتجميع المعلومات التي توضح مدى فاعلية الأنشطة وحسن سير الحملة.

- التقييم : يعرف أنه تلك العملية الواعية والمنهجية والموضوعية المستخدمة للحكم على الحملة بجوانبها ومراحلها المختلفة، وعلى مدى فعالية هذه الحملة وكفاءتها وبالتالي مقدرتها على تحقيق أهدافها، ويعتبر تقييم الحملة خطوة هامة فهي تساهم :

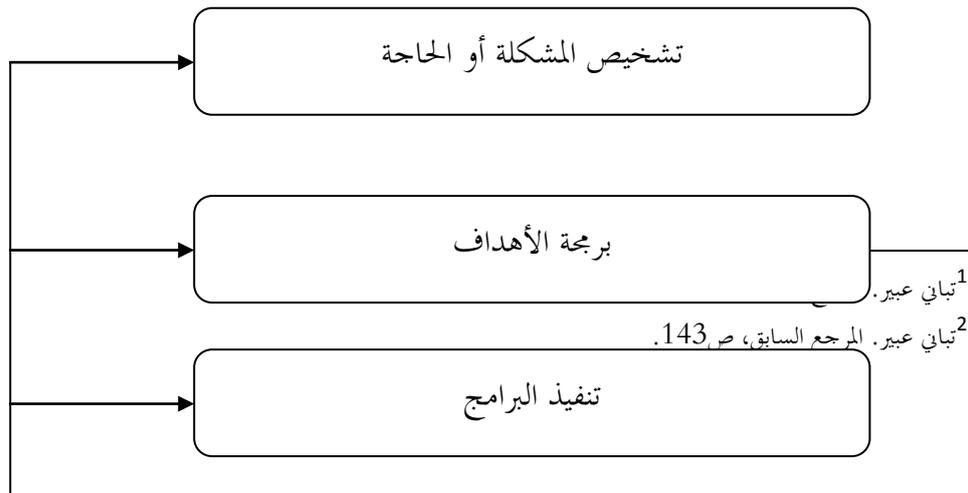
~ الوقوف على الأخطاء والسلبيات التي رافقت الحملة .

~ إمداد الإدارة العليا بالمعلومات الدقيقة والكاملة.

~ التعرف على رضى وإنطباعات الجمهور المستهدف.

~مساعدة المسؤولين على تطوير أداء الحملات.

~ الإستفادة من التجارب التي تحققت بعد نهاية الحملة.²



الشكل: يبين الشكل الخطي التقليدي للتقويم في عملية البرمجة والتخطيط¹

مشكلات إدارة الحملات الإعلامية :

"ومع مرور الوقت وتطور وسائل الإعلام خاصة المرئية إلى درجة التي أصبحت جزءا من أي نشاط يومي حياتي للفرد والمجتمع على حد سواء، واجهت الإدارات الإعلامية مشاكل عدة، تلك التي كانت ومازالت بحاجة إلى معالجة دقيقة.

وفي مقدمة المشكلات تلك، تدخل السلطة ومؤسساتها المباشرة، وخاصة تلك المعنية بالأمر الأمنية والإيديولوجية في قرارات وسياسات الإدارات الإعلامية، ذلك التدخل الذي يثير حساسية بالغة الأهمية لدى الإعلاميين تجاه التدخل المذكور، في شؤونها وطبيعة الوظائف التي تؤديها والأساليب التي تستخدمها . والأكثر من ذلك التدخل المذكور في شؤونها، وطبيعة الوظائف التي تؤديها والأساليب التي تستخدمها فقط المؤسسة

¹تباي عيبر. المرجع نفسه، ص 144 .

الإعلامية كأبي مؤسسة محكومة من قبل السلطة إلى خطة وأنظمة وشروط السلطة ذاتها، فهي لم تستطع أن تفلت من قبضة المعنيين بإدارة الدولة والمجتمع، ولم يكن بإمكانها تجاوز حدود تلك السيطرة بفعل القوانين والتشريعات التي صدرت لغرض تحديد إتجاهات عملها والأهداف التي تسعى إليها .

وقد صعد نمو وسائل الإعلام لصورة متسارعة لرغبة الدولة وأجهزتها المتعددة في إبقاء الوسائل المذكورة بيدها، وإستخدامها بالطريقة التي تريدها أن تعمل وفقها، لذلك كان النشاط الإعلامي وما زال في العديد من دول العالم يتطور وينمو في إطار تنظيم الدولة والمؤسسات التي وجدت لخدمة سياستها، وتوجهاتها العامة والخاصة.

والظاهرة المذكورة، ظاهرة عامة تنطبق على معظم أو غالبية المؤسسات الإعلامية وبالأخص الإذاعة

المسموعة.¹

المبحث الثاني : الإذاعة وسيلة للحملة الإعلامية

" لازالت الإذاعة تعتبر من الوسائل الإعلامية المهمة في جميع دول العالم لإبلاغ رسالة المعلن إلى جمهور المستهلكين، وذلك لتميزها بطول فترات البث، وتعدد البرامج التي تقدمها وقدرتها على الوصول إلى جماعات مختلفة من المستهلكين من بينهم الأميون وأيضاً وسيلة منخفضة التكلفة وواسعة الانتشار، وقد تصل لقطاعات سوقية متعددة وتميز بإمكانية تكرار الرسالة الإعلامية.

¹ حميد محسن، جاعد. إدارة الحملات الإعلامية. كلية الإعلام. العدد 04 . بغداد. 2007. ص 85 / 20-03-03. <iasj.net>

فتأثير كلمة مكتوبة على الأفراد أقل بكثير من تأثير كلمة يسمعونها وأن كل حركة كبيرة على هذه الأرض تدين بنموها لكبار الخطباء وليس لكبار الكتاب.

تعتبر وسيلة هامة من وسائل الإتصال، إذ تتخذ لجمهورها أشكالاً إتصالية مختلفة مثل ؛ التمثيلية والروبورتاج الإذاعي والأغنية بإستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية التي يمكن بواسطتها تهينة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة، خلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والإقتناع بها.¹

تعريف الإذاعة:

لغة: من ذاع، ذيعا، ذيوعا ؛ أي ظهر وإنتشر أو هي إنتشار الخبر عبر اللاسلكي كما تركز كلمة أذاع إلى الإتساعة، ويوصف الرجل الذي لا يكتفم السر بأنه مذيع.²

إصطلاحاً: يعرفها " عبد الحافظ سلامة" : أنها إنتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية.

وإحدى وسائل الإعلام التي تقوم بنقل الأفكار والمعلومات إلى المستمعين عبر جهاز الراديو، وجمهورها من كافة الأعمار وبجميع المستويات، وهي بذلك أوسع إنتشاراً والأكثر شعبية.³

نشأة الإذاعة في الجزائر:

"تزامن ظهور الإذاعة في الجزائر مع ظهورها في فرنسا وهذا منذ عشرينيات القرن الماضي، حيث كانت تابعة للحكومة الفرنسية بإشراف وزارة البريد حتى سنة 1945م، بعد ذلك أصبح الإشراف السياسي موزعا بين الحاكم العام للجزائر والحكومة المؤقتة الفرنسية، وأسندت مراقبة الحصص الموجهة للفرنسيين لأوروبيين إلى الحكومة المؤقتة الفرنسية.

¹ محمد منير، حجاب. المعجم الإعلامي. ط1 . القاهرة: دار الفجر، 2004، ص 40 .

² طه عبد العاطي، نجم. الإتصال الجماهيري في المجتمع العربي. د ط. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، د س، ص 33 .

³ إسماعيل، أبو جلال . الإذاعة ودورها في الوعي الأمني. ط1 . الأردن: دار السلامة للنشر، 2012، ص 95 .

وفي سنة 1945 تم إدماج الإذاعة الجزائرية بالإذاعة الفرنسية التي كان يشرف عليها رئيس الحكومة والإدارة المستقلة بشؤون التسيير والشؤون الفنية لكن أعطيت بعض الإمتيازات الخاصة للحاكم العام ليتأسس مجلسا يدعى " اللجنة الجزائرية للإذاعة"¹.

" لم يكن للإذاعة الجزائرية رواج كبير إلا بحلول سنة 1943 م بعدما أصبحت ثبت برامجها باللغة العربية، حيث كانت من قبل ثبت باللغة الفرنسية، وكان يسمعونها في تلك الفترة عدد قليل من الجزائريين الذين يفهمون اللغة الفرنسية"².

تعريف الإذاعة المحلية:

" جهاز إعلامي جماهيري، يخاطب جمهور خاص يعيش في رقعة جغرافية محدودة داخل الدولة، متنافين فيما بينهم تقدم له برامج متنوعة نقصد بها خلق تأثير في مجالات عديدة وتعطي له حق في المشاركة في بعضها."³

أهمية الإذاعة:

"تؤثر الإذاعة في الرأي العام تأثيرا عميقا لأنها لا تتطلب معرفة القراءة لسماح الإذاعة والثابت أن لها أثرها الفعال في نفوس الجماهير، ولكن تؤدي وظائفها في التأثير مع الجماهير وتكوين رأي عام.

¹ محمد، قروش. تاريخ الإذاعة الجزائرية والتلفزيونية. ب د ط. الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية، 1948، ص 111 .

² إسماعيل، معارف. الإعلام حقائق وأبعاد. دط. الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية، 1991، ص 62 .

³ إسماعيل علي، سعد. الإتصال الإنساني في الفكر الإجتماعي. د ط. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2007، ص 117 .

- تحرص الإذاعة على تزويد الجماهير بالحقائق الضرورية للإيمان بالمشكلات التي تواجه المجتمع.
- تعالج القضايا والمشكلات الاجتماعية بطريقة يستميل إليها المستمعين مع إختلاف ثقافتهم.
- تنظم برامج تنقيفية متنوعة في الأدب والعلم والفن والإقتصاد والسياسة والإجتماع.
- تبتعد عن البرامج التي تسيئ إلى القيم الأخلاقية والاجتماعية وأن تبتعد عن الأغاني التافهة.¹
- تعتبر هذه الوسيلة خير وسيلة للبت الإعلامي والإخباري.
- جهاز لديه القدرة على التأثير والإستقطاب للمتعلم والأمي.
- عدم إعاقة المستمع على أداء أشغاله ومصالحه والتوجيه التوجيه والإرشاد.
- نقل الرسالة للتوعية والفكرية.
- المعالجة العامة للأخبار ويمكن الإستماع في أي مكان أو زمان.
- تعطي مجالاً للتخيل والتصور والتفكير أكثر وبذلك تعمل على تنمية الخيال لدى المستمعين.²

ويستطيع الراديو أن يقدم الكثير وخاصة في مجالات معينة كاللغات مثلا حيث يعد النطق السليم عنصرا أساسيا، كما أن الراديو يستطيع الإستعانة بأفضل الخبراء وأنه أكثر إنتشارا ويصلح في الدول التي تكثر فيها الأمية ويمكن إستخدامه كوسيلة لتعلم جماهير فيه.

وظائف الإذاعة:

¹ محمد محمود، مهدي. الإتصال الإجتماعي في الخدمة الاجتماعية، دط. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص149 .

² سعيد، أبو غانم. تخطيط وإدارة النشاط والحملات الإعلامية. ط1 . عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص28 .

"باعتبار أن الإذاعة وسيلة إتصال جماهيرية فعالة تؤدي أدوارا إتصالية لها أهداف، فكلما زاد عدد المستمعين زاد عدد المعلنين وبالتالي زاد ربح المحطات الإذاعية فهي تؤدي على العموم ثلاث وظائف رئيسية هي:

أ) الوظيفة الإعلامية: حيث تقوم الإذاعة بتزويد الجماهير بالمعلومات والأخبار والأحداث التي تقع داخل الوطن وخارجه.

ب) الوظيفة التربوية: بحيث تنقل الإذاعة التراث الإجتماعي والقيم والمعايير والتقاليد الإجتماعية من جيل لآخر، ويعني تنشئة الفرد إجتماعيا بالطريقة الملائمة لأهداف المجتمع وقيمه.

ج) الإذاعة وسيلة إعلام شخصية: الإذاعة بها أداة تواصل بملايين المستمعين مهما كانت المواقع الجغرافية أو المستويات العلمية أو الثقافية.

تسعى لترسيخ القيم والعادات والتقاليد السليمة وتهذيب سلوك الفرد والمجتمع، بل والعمل على نقلها والتعريف بها خارج الحدود السياسية والجغرافية.

الإذاعة توفر فرص كبيرة للإتصال، تنوع البرامج وتناسبها مع أذواق الجماهير.¹

الإذاعة كأداة للإتصال السياسي:

" أولت الدولة العربية والدول عامة عناية فائقة بمحطات الإذاعة 'الراديو' مباشرة بعد إستقلالها

السياسي للموجبات التالية:

¹ طارق أحمد، الخليفة. فن الكتابة المحلية لغة العصر. ب. دط. القاهرة: دار الفكر العربي، 1987، ص 18.

1) الطاقة الضخمة للإنتشار: فالخيز الجغرافي الذي تغطيه الأمواج الآثرية الإذاعية يجعلها قادرة على توصيل الرسالة الإعلامية إلى قواعد جماهيرية ضخمة بغض النظر عن مكانها وثقافتها، وهذه خاصية تنفرد بها وسائل الإعلام الإلكترونية.

2) الحيازة اليسيرة: ففي ضوء انخفاض أسعار أجهزة الراديو والتلفزيون وسهولة نقلها وتحريكهم بات إقتناءها ظاهرة شبه شمولية تعم كافة الشرائح الإجتماعية.

3) ضخامة التكلفة: ذلك أن إقامة محطات إذاعية وتوفير الإحتياجات البشرية المدربة لتشغيلها هي من الضخامة في تكاليفها بحيث يتعذر على غير السلطة القيام بها ناهيك عن خطورة قيام إحتكارات فردية لهذه الوسائل الإتصالية يمكن أن تهدد المجتمع وقيمه السياسية.

4) التعبئة السياسية والإجتماعية: ولعل هذا هو السبب الأكثر خطورة في إحتكار الحكومات لدور الإذاعة التي تقوم بوظيفة سياسية وإجتماعية تتمثل في دورها في صناعة الرأي العام وتوجيه وتشكيل مواقف الأفراد من الأحداث والقضايا الداخلية والخارجية، وتقوم الحكومة عبر هذه الوسائل بعمليات التنشئة وتعميق الولاء السياسي لدى مواطني الدولة إزاء قضايا وطنية معينة.

وغالبا ما تشكل البرمجة الإخبارية نسبة عظمى بين مواد البرمجة الإذاعية الأخرى، هذه النسبة في أوقات الأحداث الساخنة التي تمس بصورة مباشرة إهتمامات الدولة المعنية.¹

خاتمة

¹ محمد حمدان، المصاحفة، المرجع السابق، ص 86 .

في الأخير تعتبر الحملات الإعلامية من أهم التقنيات المستعملة في كل المجالات والأنشطة منها النشاط السياسي، فهي تهدف إلى إقناع الجماهير وتعديل آرائهم وأفكارهم حول الموضوع المستهدف، هذا ما يتطلب تخطيط وإعداد لتنفيذ الحملة على أساس الإقناع وتقديم المعلومات الصحيحة.

ولأن الإذاعة تعتبر وسيلة إعلام وإعلان لمختلف الحملات التي يمكن بها توصيل الفكرة أو موضوع الحملة إلى أكبر عدد من الجمهور للتوصل إلى الأهداف المرسومة لتحقيق فعاليتها تأكيد مصداقيتها. لكونها من وسائل الإعلام الأكثر قربا للفرد والأكثر إنعكاسا لإحتياجاته وتطلعاته.

الإطار التطبيقي

التطبيقي

* بطاقة تقنية لإذاعة سعيدة الجهوية *

مقر الإذاعة : شارع الإستقلال، المقر السابق للمركز الثقافي.

إنطلاق البث : 24 فبراير 2008.

ساعات البث: من الساعة السادسة و55 دقيقة إلى غاية الثامنة مساء.

أرقام الهاتف :

الهاتف : 048 51 74 31 – 048 51 74 77

الفاكس : 048 51 76 06

الموقع على النت: <http://www.saidafm.com>¹

عدد العمال: 30 عامل

الإدارة 04

المنشطون 04

التقنيون 05

المخرجون 04

أعوان الأمن 04

¹ <http://www.saidafm.com> le 15 mai 2017 a 18 :28

لمحة عن إذاعة سعيدة الجهوية

إذاعة سعيدة مؤسسة عمومية ذات طابع إخباري وتجاري

تقع إذاعة سعيدة وسط الولاية، والتي أنشأت يوم 30 سبتمبر 2006. بموجب قرار وزاري، وإنطلقت في بث برامجها رسميا في 24 فبراير 2008، وقد بدأت هذه الإذاعة عملها تحت إشراف مديرتها " ربيعة بوشعور" وحاليا تشرف عليها المديرية " فتيحة ميموني"

يتشكل مبنى الإذاعة من ثلاث طوابق: الطابق السفلي به مكتب الإستقبال

الطابق الثاني به قاعات المحاضرات، أما الطابق الثالث به مكتب المدير - مكتب السكرتيرة بالإضافة إلى قاعة التحرير واستديو البث والإنتاج، والخلية المعلوماتية.

فيما يخص فترة البث فهي : تبدأ من الساعة السادسة و55 دقيقة عن طريق اللحن لتختتم البث إلى غاية الثامنة مساء، ويتم الربط مع القناة الأولى.¹

¹ <http://www.saidafm.com> le 15 mai 2017 a 18 :28

<> الحملة الإعلامية التحسيسية للانتخابات التشريعية ل 04 ماي 2017 بإذاعة سعيدة الجهوية <>

* بدأت الحملة التحسيسية بداية مارس 2017 .

* بدأت الحملة الإنتخابية في أبريل 2017 .

الحملة الإعلامية التحسيسية للانتخابات التشريعية تنطلق بالإذاعات الجهوية مع المرسوم الرئاسي الذي يستدعي الهيئة الناخبة مع الموعد الإنتخابي، ومع صدور هذا المرسوم تجند كل المحطات الجهوية للقيام بهذه الحملة التي تهدف إلى حث المواطنين المسجلين في القوائم الإنتخابية على القيام بالتصويت والإدلاء بالرأي. وإذاعة سعيدة من بين الوسائل الإعلامية الهامة التي تفتح مجال شاسع أمام الجمهور للتعريف أكثر بمحتوى الحملة الإنتخابية لهذه الفترة .

وذلك يستدعي منا بذل مجهودات مع القيام بوضع إستراتيجيات وخطط تبني على أساسها الحملة التحسيسية التي تقوم بها الإذاعة.

والأهم في ذلك التحضيرات التي تسبق الموعد الإنتخابي أي قبل شهر بالتحديد .

فإذاعة سعيدة تتيح فرصة تبادل الآراء حيال ماهو متوقع من الهيئات المسؤولة والمنتخبة وذلك من خلال برامجها المدروسة أي كل ماهو متعلق بتجهيزات الحملة التحسيسية.

مقابلة 01 : أجريت يوم 09 أبريل 2017 على الساعة 9:15 بإذاعة سعيدة الجهوية مع

التطبيقي

"سيد أحمد ثابتي" رئيس التحليل التقني.

إن الإعداد للحملة التحسيسية للانتخابات التشريعية ل ماي 2017، يتطلب ذلك بناءها على أساس أفكار ومجموعة تقنيات تساهم في متابعة العمل التحسيسي للحملة داخل الإذاعة وخارجها، وتتخذ في ذلك عدة سبل من خلال محاور مختلفة:

● المحور الأول: "الومضات التحسيسية"

حيث قامت المحطة الجهوية بإنتاج 12 ومضة تحسيسية للحملة بمعدل زمني يقدر ب : دقيقة و20 ثانية للومضة الأولى ثبت كل واحدة عدة مرات في اليوم.

ونميز فيها 03 أنواع :

- ومضات تذكيرية بإقتراب العملية الانتخابية.

- الومضات التي تدعم وتعزز الروح الوطنية لدى المتلقي.

- السكتشات والتمثيلات الإذاعية، وهي صور صوتية لمشاهد يومية في شكل حوار بين عدة أشخاص حول موضوع الانتخاب.

واعتبر الأخصائيون أنها الطريقة الأنجح للتأثير في طريقة التلقي وتستعمل طريقة شعبية وأسلوب فكاهي تمر من خلاله الرسائل.

● المحور الثاني: " الفقرات "

عادة ماتكون قصيرة مدتها من 5 إلى 13د، وهي تعالج مواضيع متعددة تدور حول الإنتخاب، وفي هذا الصدد قامت المحطة الجهوية بسعيدة بإعداد 04 فقرات قبل بداية الحملة الإنتخابية.

ففي إذاعة سعيدة ؛ نجد:

الفقرة 1: "فقرة برلمانية"

يستضيف فيها الصحفي مختص في القانون الدستوري للحدث عن التطورات التي شهدتها التاريخ الجزائري منذ الإستقلال مع التركيز على المواد التي تنظم القانون العضوي للإنتخابات وتبث هذه الفقرة كل يوم على الساعة 12:55، تعدها الصحفية << حليلة حمليني >>.

الفقرة 2 : "مهام ورقابة"

يستضيف فيها الصحفي <<حسام خراف>> رجال القانون للحدث عن مهام اللجنة الوطنية العليا لمراقبة الإنتخابات والتي إستهدفت أيضا الحدث عن التعديل الدستوري ل 2015 ويتطرق إلى نطاق عملها، صلاحيتها وتشكيلتها إضافة إلى مختلف المهام المنطوية بها.

مقابلة 02 : حوار أجري بتاريخ 09 أفريل 2017 على الساعة 10:00 صباحا بمقر إذاعة سعيدة مع: محمد

عبد العزيز جبار، رئيس قسم الإنتاج والبرمجة

الفقرة 3 : " قائمة وبرنامج "

هي فقرة ثبت إنطلاقا مع الحملة الإنتخابية ويعرض فيها رؤساء الأحزاب برامجهم وتشكيلة المهام والأهداف التي يرجون تحقيقها عند بلوغهم البرلمان الجزائري.

الفقرة 4 : " الكلمة للمواطن "

هي تسجيلات صوتية مع مواطنين للإجابة عن السؤال التالي: ماذا لو كنت برلمانيا؟

وماهو منتظر من البرلماني؟ ليبدلي برأيه حول إحتياجات الولاية وأهم النقائص المسجلة والتي على البرلماني الوقوف عليها خلال عودته من الإنتخابات.

● البرامج والخصص، ويتخذ فيها طريقتين :

1 (تكيف البرامج الموجودة في الشبكة العادية بالتطرق إلى التشريعات من زوايا مختلفة " كدور المرأة في

النشاط السياسي " - " الشباب في الخطاب السياسي " .

2) تتم من خلال إستحداث برامج جديدة تدخل إلى غاية نهاية الحملة الإنتخابية.

● المحور الثالث: " التغطية الإخبارية والإعلامية "

وتتبع هذه التغطية الإخبارية والإعلامية مختلف المراحل التي تمر عليها منذ صدور المرسوم الرئاسي بداية

بإستدعاء الهيئة الناحبة وإحصاء المنتخبين والتي تقوم بها تحضيرا ليوم الإنتخاب تم معالجة ملفات المنتخبين

وعملية القرعة المخصصة لتوزيع مساحات إعلامية وقاعات للتجمعات الشعبية ثم الحملة الإنتخابية.

التطبيقي

فالصوت الانتخابي يحظى يوم الانتخاب بتغطية شاملة لمختلف بلديات الولاية وصولاً إلى السهرة الانتخابية، وتختتم هذه التغطية بصدور النتائج النهائية ومعرفة عدد المقاعد والمعطيات.

مقابلة: حوار أجري بتاريخ 11 أبريل 2017 على الساعة 14:00 زوالاً بإذاعة سعيدة مع محمد عبد العزيز جبار، بتدخل من الزميلة " رحمة جباري

التعليق على المقابلة:

من خلال مقابلتنا هذه، اتضح لنا أن الحملة التحسيسية للانتخابات التشريعية بإذاعة سعيدة، انطلقت قبيل بدأت العملية الانتخابية لتشريعات 04 ماي 2017 بحيث يتم الإعداد لها مسبقاً من قبل المسؤولين والموظفين والصحفيين والمنشطين بالإذاعة الذين يكتفون جهودهم للإعداد للحملة التحسيسية والتي كانت بدايتها في شهر مارس 2017م.

وقد ساهمت إذاعة سعيدة من خلال برامجها الإعلامية في إثارة إهتمام المسؤولين والأحزاب المنتخبة، بصفتها تواكب كل الأحداث والتطورات المتماشية مع الحدث الانتخابي وذلك من خلال برمجة الحصص والبرامج المعدة وأهم الأخبار المتعلقة بالموعد الانتخابي .

وأهم ما ميز هذه الحملة التي أعدها إذاعة سعيدة هي " الومضات التحسيسية " التي تبث عدة مرات في اليوم هذا ما يفتح المجال أمام المواطنين لفهم مجريات وقائع الحدث الانتخابي .

بالإضافة إلى أهم نقطة لفتت إنتباهنا أو بالأحرى معلومة متداولة في القاموس السياسي هي " الصمت الانتخابي " وهي بمفهومها العام الفترة التي تسبق اليوم الانتخابي ب : 24 ساعة، هنا يتوقف كل عمل له علاقة بالحملة التي تقوم بها الإذاعة إستعداداً للانتخابات التشريعية لتلك الفترة.

أما بخصوص دور الإتصال السياسي في هذه الحملات التحسيسية كان لابد من الإجابة على بعض أسئلة من خلال المقابلة التي قمنا بها في نفس الفترة المصاحبة للحملات الإنتخابية بإذاعة سعيدة .

س1 - ماهي وظيفتك داخل إذاعة سعيدة؟ وماهو دورك في الحملة التحسيسية التي تقوم بها الإذاعة مع التحضيرات للإنتخابات ماي 2017 ؟

ج1 - بصفتي منشط حصص بإذاعة سعيدة، دوري في الحملة هو التحسيس بالدور الفعال للنشاط الإنتخابي من خلال البرامج التي نقدمها للمستمع وتقديم المعلومات اللازمة لضرورة التفاعل مع الحملة الإنتخابية.

س2 -مادور الإتصال السياسي في الحملة التحسيسية لتشريعات 04 ماي 2017 بإذاعة سعيدة ؟

ج2 - يكمن الدور هنا في برجة حصص خاصة للتشكيلات السياسية والمرشحين الأحرار في إبراز برامجهم: السياسي- الإقتصادي- الإجتماعي- الثقافي - الرياضي - الترفيهي.

~ تخصيص وقت محدد لكل تشكيلة سياسية أو مترشحين أحرار " توقيت موحد"

20 دقيقة لكل تشكيلة.

التطبيقي

~ حضور ثلاث تشكيلات سياسية أو مترشحين أحرار في البلاطو "إذاعة سعيدة الجهوية" لإبراز البرنامج

العام للتشكيلة منها :

الإجتماعية مثلا: الصحة، التعليم، السكن.

الرياضية : الملاعب الجوارية، ترفيه الشباب .. وغيرها

مقابلة 03 : حوار أجري بتاريخ 13 أفريل 2017، على الساعة 10:00 صباحا مع المنشط "جوادي أحمد".

س3 - ماهي أشكال الإتصال السياسي المعتمدة في الحملة التحسيسية للإنتخابات التشريعية بالإذاعة؟

ج3 - أشكال الإتصال السياسي في الحملة التحسيسية للإنتخابات:

التجمعات الشعبية- اللقاءات الجوارية+ تعليق صور المترشحين.

ندوات - تجمعات مختلفة - نشرات مختلفة.

الكتابات الحائطية - الملصقات - الإجتماعات الماراطونية لقادة الأحزاب.

فعملية التحسيسيات التشريعية تكون شاملة من خلال التجمعات واللقاءات الجوارية لإبراز البرنامج

المستقبلي للتشكيلة السياسية المعينة.

التطبيقي

المقابلة مع نفس المنشط " جوادي أحمد "

س4 - ماهي المواضيع التي يتم تداولها في البرامج المخصصة للحملة التحسيسية بإذاعة سعيدة؟

ج4 - المواضيع المتداولة في برامج الحملة هي : برامج سياسية

برامج إقتصادية { الإستثمار مثلا }

برامج إجتماعية { التشغيل، السكن، البطالة، الصحة }

برامج ثقافية وشبابية { الشباب والرياضة }

س5 - ماهي سبل نجاح الإتصال السياسي الخاص بالحملة التحسيسية للإنتخابات ؟

ج5- تكون الحملة التحسيسية شاملة ويكون توقيتها مناسب + مكان مناسب.

إعداد البرنامج العام والخاص لكل محور وقطاع إقتصادي معين كبديل للبرنامج الحالي.

س6 - ما الهدف من القيام بهذه الحملة التحسيسية بإذاعة سعيدة؟

التطبيقي

ج6- الهدف أو الغاية المراد تحقيقها من هذه الحملة :

لفت إنتباه الجمهور بالمحاور الكبرى التي يحتويها الحزب أو التشكيلة السياسية من خلال جولاتها المرطونية في العديد من مناطق البلاد .

فرض إستراتيجية جديدة تجعل المواطن يتأثر بالبرنامج المراد طرحه أمام الجمهور.

المقابلة مع نفس المنشط " جوادي أحمد "

التعليق على المقابلة

في هذه المقابلة لمسنا الدور المهم للإتصال السياسي في الحملة التحسيسية للإنتخابات التشريعية، ذلك من خلال التطرق لمختلف المواضيع المتداولة في البرنامج السياسي والتي تعتمد على أشكال مختلفة وخطط هدفها التأثير في رأي المواطن والتأكيد على ضرورة التفاعل في هذه الحملة .

فنشاط إذاعة سعيدة يساهم في التعريف بالنشاط السياسي للحملة .

كما أن نجاح الحملة يتوقف على الوقت المناسب لتلقي الرسالة الإعلامية والتي هدفها خلق التفاعل لدى المواطن.

أهم الأخبار التي تناولتها إذاعة سعيدة خلال الفترة الإنتخابية لتشريعات 04 ماي 2017:

إذاعة سعيدة من بين المحطات الإذاعية في الوطن التي تابعت الحدث الإنتخابي محليا ووطنيا، من خلال الأخبار والمعلومات التي كانت تمدّها للمواطن وذلك عبر موجزات إخبارية من تقديم منشطي إذاعة سعيدة الجهوية .

09 مارس 2017، مدته <22 ثانية> :

أحصت دائرة عين الحجر بعد إنتهاء عملية المراجعة الإستثنائية للقوائم الإنتخابية

40428 ناخبا سيدلون بأصواتهم عبر كامل تراب الدائرة خلال التشريعات 4 ماي المقبل كما ضبطت

الدائرة كامل التحضيرات المادية واللوجستية للعملية حيث سيدلي الناخبون بأصواتهم عبر 26 مركز

إنتخابي.

23 مارس 2017، مدته <21 ثانية>:

يتم صبيحة اليوم إجراء عمليات القرعة من أجل تحديد أماكن شهر الترشيحات وترتيب أوراق التصويت بمكاتب الإقتراع وتحديد الأرقام المخصصة لكل قائمة وذلك بحضور القوائم المرشحة للتشريعات وتحت إشراف الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات مداومة سعيدة.

01 أبريل 2017، مدته <19 ثانية>:

أشرفت الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات مداومة سعيدة هذا الأسبوع على عملية القرعة الخاصة بتوزيع الفضاءات وأماكن عقد التجمعات وتدخلات قوائم المترشحة عبر إذاعة سعيدة ثم إختيار 05 مراقبين سيولون عملية مراقبة مكاتب الانتخاب يوم الإقتراع .

09 أبريل 2017، مدته <21 ثانية> :

تنطلق اليوم الإستعدادات للإنتخابات التشريعية ل04 ماي 2017 والتي تتميز بتنوع برامج الأحزاب السياسية والقوائم الحرة حيث يسعى المترشحون على مدار 3 أسابيع إلى إقناع الناخبين والناخبات ببرامجهم وكسب ثقتهم، كما تم تهيئة كل الظروف لضمان السير الحسن للعملية¹

13 أبريل 2017، مدته < 01.23 ثانية> :

في اليوم الخامس من عمر الحملة التشريعية تواصل مختلف التشكيلات السياسية والقوائم الحرة تكثيف خرجاتهم الحرة ولقاءاتها الجوارية المفتوحة مع المواطنين من أجل إستمالة أصواتهم وتحقيق تعبئة شعبية نحو برامجهم الإنتخابية من خلال ماتطرحة من بدائل.

¹ [https://m. Youtube.com/watch?v:k5-glcsqkbQ](https://m.youtube.com/watch?v:k5-glcsqkbQ). le05/06/2017 à18:15

التطبيقي

- إهتمام كبير توليه المرأة بولاية سعيدة من خلال متابعتها لمختلف التجمعات الشعبية واللقاءات الحوارية التي تقوم بها الأحزاب السياسية والقوائم الحرة المترشحة إهتمام تقابله تطلعات وآمال نحو رسم مستقبل أفضل للتنمية بمجالاتها المتعددة وتكريس روح المسؤولية والمواطنة من خلال الإدلاء برأيها في الإستحقاق الإنتخابي القادم .

07 ماي 2017، مدته <29 ثانية>:

حققت الإنتخابات التشريعية صدى إيجابي بحصدها نسبة مشاركة وطنية قدرت ب 09,37 % حسب النتائج الأولية التي أعلنت عنها وزارة الداخلية والجماعات المحلية، حيث وصفت هذه النسبة بالمقبولة.

تميزت الإنتخابات التشريعية بولاية سعيدة بالتنظيم والمتابعة الجيدة وهو ما إنعكس إيجابا على نسبة المشاركة التي بلغت 63,42 % حيث تقاسمت 5 تشكيلات سياسية المقاعد البرلمانية المخصصة للولاية وهي كل من :

حزب جبهة التحرير الوطني بفوز متصدر القائمة علي مرابط.

حزب التجمع الوطني حاجي محمد.

حزب الجبهة الوطنية للعدالة الإجتماعية مذكور عبد القادر

القائمة الحرة (أ) بفوز متصدر عبد الهادي محمد .

والقائمة الحرة (ب) قوادري قادة.¹

¹ <https://m.youtube.com/watch?v:k5-glcsqkbQ>, le 05/06/2017 à 20:00.

*** نتائج الدراسة ***

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على دور الإتصال السياسي في الحملة التحسيسية لتشريعات 04 ماي 2017 بإذاعة سعيدة وذلك من خلال دراسة ميدانية حول طبيعة العمل لهذا النشاط التحسيبي.

وقد أسفرت هذه الدراسة على النتائج التالية :

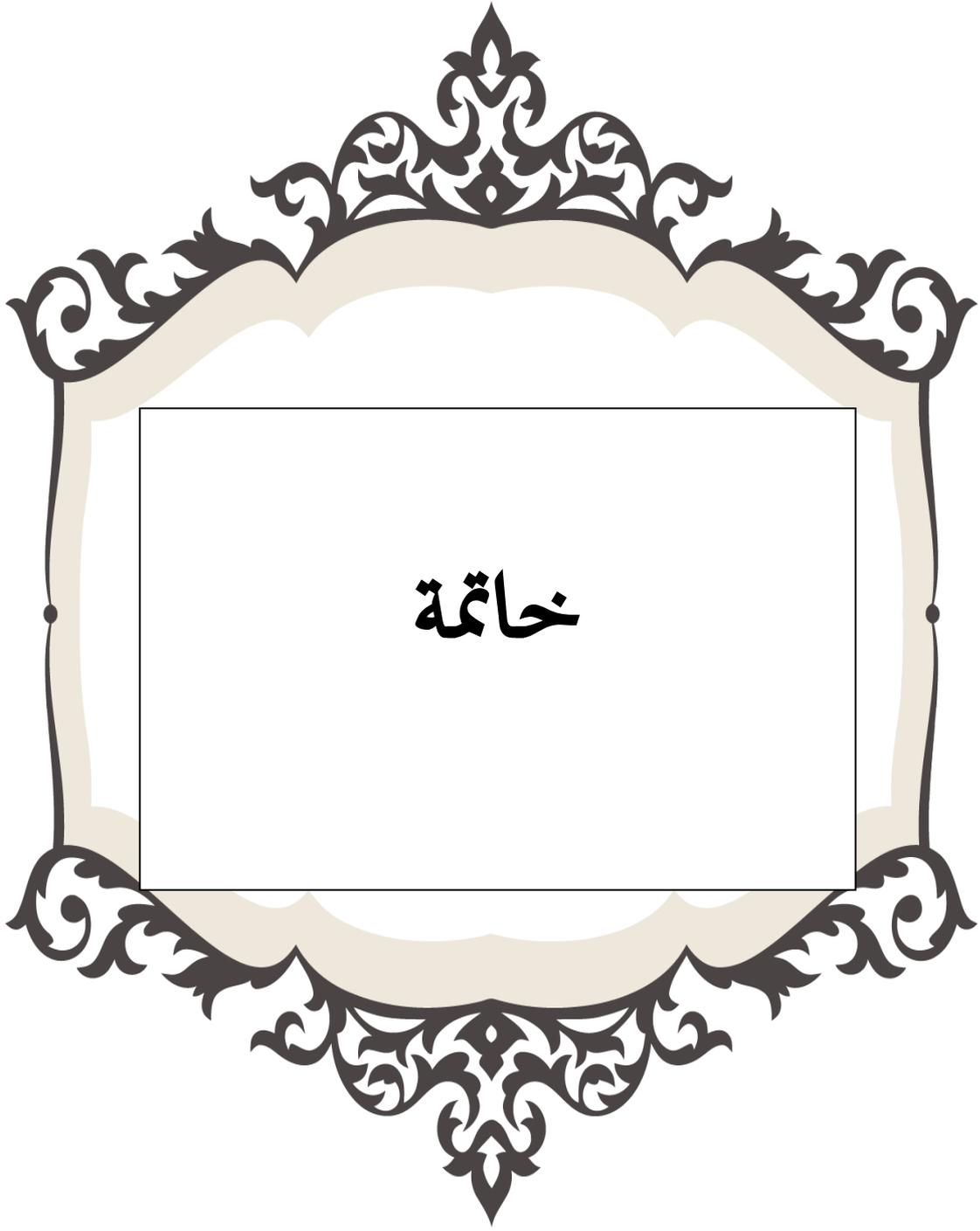
- إرتباط الإتصال السياسي بالحملة التحسيسية يكمن أساسا في البرامج التي تقدمها الإذاعة للتشكيلات السياسية والمرشحين للإنتخابات التشريعية .

التطبيقي

- التعريف بالمحتوى السياسي للانتخابات هو أسلوب من أساليب الحملة الإذاعية.
- الحملة التحسيسية لتشريعات 4ماي بإذاعة سعيدة تعتمد أساسا على المبادرة الجماعية لعمال إذاعة سعيدة ويتم التخطيط للحملة على أساس تكوين أفكار وتحديد تقنيات تساهم في متابعة العمل التحسيسية للحملة.
- التركيز على ضرورة التفاعل مع الحملة التحسيسية للانتخابات، من أولويات مديعي وعمال إذاعة سعيدة وذلك بالإعتماد على بعض المحاور المتمثلة في الومضات التحسيسية التي تبث عدة مرات في اليوم، بالإضافة إلى الفقرات التي تعالج مواضيع سياسية من خلال إستضافة بعض التشكيلات السياسية للانتخابات .
- تعتمد الإذاعة في نشاطها هذا تقديم معلومات وأخبار حول مجريات العمل الإنتخابي.
- التنظيم الجيد داخل الإذاعة عامل مهم لنجاح الحملة التحسيسية.
- البرامج المقدمة من طرف إذاعة سعيدة خلال الإنتخابات التشريعية ل04 ماي 2017 هي برامج تهدف إلى نشر الوعي السياسي وتعمل على التنشئة السياسية للأفراد.
- نجاح الحملة يتوقف على مهارة الجهاز الإذاعي أو القائم بالحملة .
- الإذاعة المحلية إحدى وسائل الإعلام الأكثر قربا من الفرد، فهي همزة وصل بين المترشحين من جهة والناخبين من جهة أخرى.
- هدف الحملة التحسيسية للانتخابات بالإذاعة هو لفت إنتباه الجمهور لمختلف المحاور التي يحتويها الحزب، لإضفاء الثقة بين الهيئة الناخبة والمواطن.

خلاصة

من خلال النتائج السابقة وعلى ضوء الدراسة التي قمنا بها توصلنا إلى أن للإتصال السياسي تأثير كبير على آراء وأفكار الأفراد، ذلك من خلال الجهود المنظمة التي يسعى لتحقيقها كلا من الطرفين : الهيئة السياسية والإذاعة إستنادا على قيامها بنشاطات إتصالية تتمثل في الحملات التحسيسية للإنتخابات التي تقوم بها إنطلاقا من الإهتمام بكيفية إعدادها والتخطيط لها وصولا إلى ضرورة التركيز على مدى تأثير الفرد بمحتواها .



خاتمة

إن الإتصال السياسي يضم مجالا واسعا من السلوك الإتصالي الذي يسعى لتحقيق أهداف سياسية بإستعمال مجموعة من الأساليب والتقنيات، وقد إتسع مجاله إلى دراسة دور الوسائل الإعلامية في تكوين رأي عام وتقديم معنى واسع للحياة السياسية.

دراسة الإتصال السياسي من خلال الرسائل الإعلامية الهادفة إلى خدمة مصلحة المواطن والمجتمع تتطلب كيفية الإعداد والتخطيط من خلال الحملات الإعلامية التي تعمل على تحقيقها وسائل الإعلام بصفقتها همزة وصل بين تطلعات المواطن والنشاط السياسي القائم .

وفي هذا السياق حاولنا من خلال دراستنا الإلمام بأهمية الإذاعة لكونها تلعب دورا مهما في التعبير عن صوت وآراء أفراد المجتمع والأكثر إنعكاسا لتطلعاته .

فالإعلام الجوّاري المسموع له دور كبير وفعال في تحقيق التنمية المحلية إذ أنها تتمتع بمكانة مناسبة كأداة إعلامية تساهم في إحداث التغيير من خلال برامجها المدروسة والحملات التحسيسية التي تقوم بها بالإعتماد على أهم التقنيات المستعملة في هذه التغطية عبر مجموعة البرامج والحصص .



البليو جرافيا

قائمة المراجع:

الكتب

- 1) إحسان محمد، الحسن. الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي. ط2. بيروت: دار الجامعة للنشر والطباعة، 1986 م.
- 2) أحمد، بن مرسل. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ط2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 3) إسماعيل، أبو جلال. الإذاعة ودورها في الوعي الأمني. ط1. الأردن: دار السلامة للنشر، 2012.
- 4) إسماعيل علي، سعد. الإتصال الإنساني في الفكر الإجتماعي. ب دط. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2007.
- 5) إسماعيل، معراف. الإعلام حقائق وأبعاد. دط. الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية، 1991.
- 6) جودت عزت، عطوي. أساليب البحث العلمي. ط1. دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
- 7) حسن عماد، مكاوي - ليلي، حسن السيد. الإتصال ونظرياته. ط2. د ب: الدار المصرية اللبنانية، 2001.
- 8) ذوقان، وزملائه. البحث العلمي. دط. عمان: دار الفكر، 2001.
- 9) سعيد، أبو غانم. تخطيط وإدارة النشاط والحملات الإعلامية. دط، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- 10) طارق أحمد، الخليفة. فن الكتابة المحلية لغة العصر. دط. القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.

11) طه.عبد العاطي، نجم. الإتصال الجماهيري في المجتمع العربي. دط . الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، دس.

12) عامر، مصباح. منهجية البحث في العلوم السياسية والإجتماعية. ط2 . الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية، 2010 .

13) عبد الغفار، رشاد القصبي. الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي .دط. القاهرة، مكتبة الآداب، 2007.

14) عبد الفتاح، دويدار. سيكولوجية الإتصال والإعلام. دط. الإسكندرية: دار المعرفة، 2005 .

15) عبد المجيد، بكري. الإذاعات المحلية لغة العصر . دط .القاهرة: دا الفكر العربي، 1987 .

16) علي فلاح، الزغي. الإتصالات التسويقية-مدخل منهجي-. ط1 . الأردن: دار المسيرة للنشر، 2010 .

17) غازي، عناية. منهجية إعداد البحث العلمي. ط1 . عمان: دار الفكر المناهج للنشر والتوزيع، 2007 .

18) فؤاد عبد المنعم، بكري. التسويق الإجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، القاهرة ::عالم الكتاب، 2007 .

19) كمال الدين، جعفر عباس. الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي. دط. القاهرة: مكتبة الآداب، 2007.

20) محمد إبراهيم، عبيدات. التسويق الإجتماعي.دط.عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004 .

21) محمد، حمدان المصالحه. الإتصال السياسي- مقترح نظري- ط2 . عمان: دار وائل للنشر، 2002 .

22) محمد، زيان. البحث العلمي-منهج وتقنيات- ط4 . الجزائر : د د ن، 1983 .

23) محمد، طه بدوي-ليلي، أمين مرسي. مدخل إلى العلوم السياسية. دط. الإسكندرية: دار منشأة المعارف، 2011.

24) محمد، عبد الحميد. نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير. دط. القاهرة: عالم الكتاب، 1997.

25) محمد، قروش. تاريخ الإذاعة الجزائرية والتلفزيونية. دط. الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية، 1948.

26) محمد محمود، مهدي. الإتصال الإجتماعي في الخدمة الإجتماعية. دط. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2005.

27) منير، حجاب. نظريات الإتصال. ط1. المكتب الإسلامي، 2004.

28) منير محمد، حجاب. المعجم الإعلامي. ط1. القاهرة: دار الفجر، 2004.

المذكرات:

29) سعد، بن سعود-العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات إهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية، الرياض: منشورات كلية الدعوة والإعلام، 2006.

30) سعد، بن سعود-الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي. رسالة مقدمة للحصول على دكتوراه الإعلام. كلية الدعوة والإعلام. السعودية. 2006.

31) عبير تباني- الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر. مذكرة نيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية. جامعة محمد خيضر. بسكرة. 2012.

32) فاطمة الزهراء منصوري- دور الإتصال السياسي في المشاركة الإنتخابية. مذكرة نيل شهادة الماستر. كلية الحقوق والعلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر. بسكرة. 2014.

33) كلثوم بن تامر. إستراتيجيات الإتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص. مذكرة إستكمال لمتطلبات شهادة الماجستير . كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية. 2006

المقالات:

34) حميد جاعد محسن. إدارة الحملات الإعلامية - كلية الإعلام. العدد 04، بغداد . 2007.
iasj.net>iasj . le 20-03-2017.

35) نبيلة بوخيزة. الإتصال السياسي 'نماذج الإتصال السياسي'. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية. العدد 15
. الجزائر . جوان 2014 : <http://revues.univ-ouargla.dz>

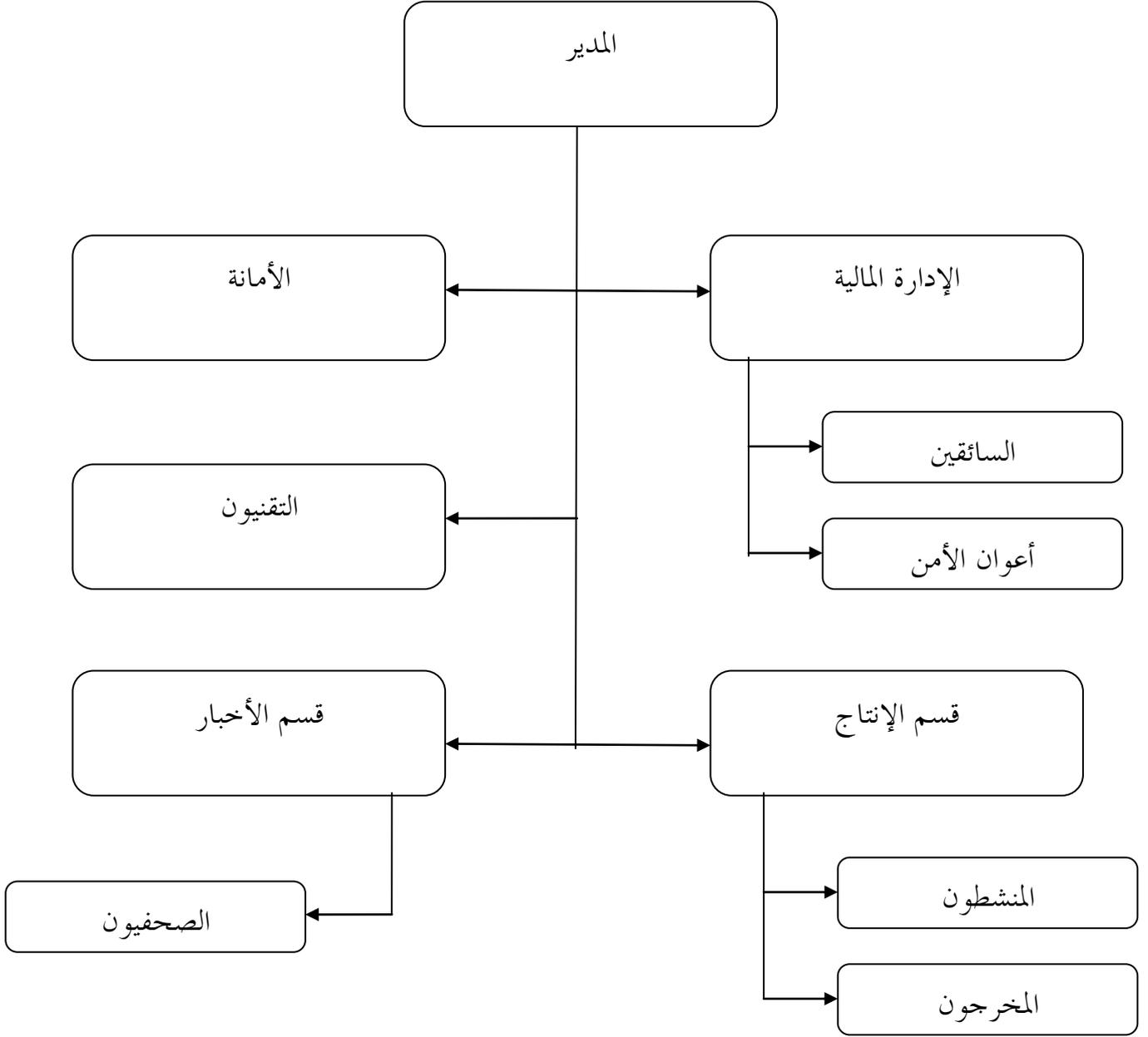
مواقع الأنترنت

36) <http://www.saidafm.com>

37) <https://m.YouTube.Com/watch?v:k5-glcsqkbQ>.



الملاحق



ملخص الدراسة:

هذا البحث يوضح أهمية الإتصال السياسي في الحياة السياسية، ويبقى تحقيقه مرهون بمدى فاعلية النشاط الإعلامي، الذي من شأنه تمتين العلاقة بين الهيئة السياسية وأفراد المجتمع. وبهذا فالإذاعة المحلية بإعتبارها جهاز إعلامي يخدم مجتمعنا، هي تساهم في إحداث تفاعل سياسي من خلال الحملات التحسيسية للإنتخابات التي تقوم بها، ذلك بإعتمادها على مجموعة تقنيات وبرامج تهدف إلى تقديم معلومات وتعديل آراء وأفكار حول النشاط السياسي القائم في الحملة.

الكلمات المفتاحية: الإتصال، الإتصال السياسي، الإذاعة، الحملات التحسيسية، الإنتخابات.

Étude Résumé :

Cette recherche montre l'importance de la communication politique dans la vie politique et reste dépendante de l'efficacité de l'activité médiatique, ce qui renforcera la relation entre le corps politique et les membres de la société.

En tant qu'outil médiatique au service de notre société, la radio locale contribue à l'interaction politique grâce à des campagnes de sensibilisation pour ses élections en s'appuyant sur un ensemble de techniques et de programmes visant à fournir des informations et à modifier les opinions et les idées sur l'activité politique dans la campagne.

Mots-clés: communication, communication politique, radio, campagnes de sensibilisation, élections.