

جامعة مولود معمري - تيزي وزو -
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام و الإتصال



الموضوع:

دور العلاقات العامة بالأحزاب السياسية في تفعيل المشاركة
السياسية لدى الشباب الجزائري
-دراسة وصفية مسحية على عينة من الشباب المتفاعلين مع حزب جبهة
القوى الاشتراكية بولاية تيزي وزو

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال
تخصص: إتصال تنظيمي

من إعداد الطالبين:

تحت إشراف الأستاذة:
فروجة موساوي

- صفيان عمارة
- كهينة لغزري

السنة الجامعية 2018/2019

شكر وعرفان

يقول المولى عز وجل:

﴿لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

الآية 7 - سورة إبراهيم

الشكر لله وحده الذي أمدنا بيد العون لإنجاز هذا العمل المتواضع ولا يسعنا إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذة "فروجة موساوي" التي تفضلت بقبول الإشراف على هذه المذكرة، والتي لم تبخل بتقديم التوجيهات والملاحظات القيمة، أين قاسمتنا بحناء البحث في سبيل إنجاز هذا العمل الذي نود أن يكون إنشاء الله في المستوى.

و تقديرنا إلى أعضاء لجنة المناقشة، وعلى رأسهم رئيس لجنة المناقشة يشرفني أن أرفع شكري و امتناني كذلك لأعضاء اللجنة المحترمين.

كما نتقدم كذلك بالشكر لكل الذين وقفوا و تحملوا معنا مشقة البحث وكل الذين ساهموا و لو بتمنياتهم لنا بالنجاح من قريب أو من بعيد.

وشكراً

"حفيان"

"حمينة"

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى الوالدين العزيزين أبي و أمي اللذان سمرا على تربيتي و تعليمي و نجاحي،

و أمدهما الله الصحة و العافية. حفظهما الله و أمدهما الصحة و العافية

إلى إخوتي و أخواتي الأعمام: حسان ، كاتية ، حسينة ، ياسمين

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل

إلى كل الطلبة الذين رافقوني خلال حياتي الدراسية و كل الأصدقاء و أخص بالذكر

زميلتي في العمل "عزري كمينة" ، وزميلتي القريبة مني في السراء و الضراء، "كريمة"

إلى أساتذتي الكرام اللذين لم يبخلوا بعلمهم و جهدهم و توجيهاتهم عبر مسيرتي

الدراسية و أخص بالذكر الأستاذين: "تلانج هارون" ، "طاهري يحيى"

إلى كل من تحذر عليا ذكره سواء من قريب أو من بعيد *

"صفيان عمارة"

الإهداء

أهدي هذا العمل:

*إلى الوالدين العزيزين أبي وأمي اللذان سهرتا علي تربيته وتعليمي و نجاحي، حفظهما الله و أمدهما الصحة و العافية.

*إلى إخوتي و أخواتي الأعزاء.

*إلى كل من وفروا كل ما أحتاجه في سبيل إنجاز هذا العمل.

*إلى كل الطلبة الذين رافقوني خلال حياتي الدراسية و كل

الأصدقاء و أخص بالذكر زميلي في العمل سفيان عمارة.

*إلى أساتذتي الكرام عبر مسيرتي العلمية الذين لم يبخلوا

بعلمهم و جهدهم و توجيهاتهم.

إلى كل من تعذر علي ذكره سواء من قريب أو من بعيد.

" كهيئة لعزري "

خطة الدراسة

ملخص الدراسة

مقدمة عامة

الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2- أسباب إختيار الموضوع

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- نوع الدراسة

6- منهج الدراسة وأدواته

7- مجتمع الدراسة والعينة

8- مفاهيم الدراسة

9- الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة

المبحث الثالث: أهمية العلاقات العامة

المبحث الرابع: أنواع العلاقات العامة

المبحث الخامس: وظائف العلاقات العامة

المبحث السادس: عوامل نجاح العلاقات العامة

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: ماهية الإتصال السياسي

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم الإتصال السياسي

المبحث الثاني: مستويات الاتصال السياسي

المبحث الثالث: عناصر الإتصال السياسي

المبحث الرابع: المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي

الإتصال السياسي المبحث الخامس: وظائف

المبحث السادس: العلاقة بين الإتصال و السياسة

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: ماهية الأحزاب السياسية

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم الأحزاب السياسية

المبحث الثاني: تصنيفات الأحزاب السياسية

المبحث الثالث: أهداف الأحزاب السياسية

المبحث الرابع : خصائص الأحزاب السياسية

المبحث الخامس: وظائف الأحزاب السياسية

المبحث السادس: علاقة الأحزاب السياسية بالإتصال

خلاصة الفصل

الفصل الرابع: ماهية المشاركة السياسية

تمهيد للفصل

المبحث الأول : مفهوم المشاركة السياسية

المبحث الثاني: أهمية المشاركة السياسية

المبحث الثالث : دوافع المشاركة السياسية

المبحث الرابع: خصائص المشاركة السياسية

المبحث الخامس: متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة

المبحث السادس: العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية

المبحث السابع: معوقات المشاركة السياسية

خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي للدراسة

عرض و تحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة

تمهيد

1- نبذة تاريخية عن المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو

2- الهيكل التنظيمي للمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو

3- أهداف العلاقات العامة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي

وزو

4- وسائل الإتصال المستخدمة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية

بتيزي وزو

5- مجتمع البحث وعينته

6- التحليل الكمي والكيفي للجداول

1- التحليل الكمي و الكيفي للجداول البسيطة

2- التحليل الكمي و الكيفي للجداول المركبة

7- عرض المقابلات و التعليق عليها

8- عرض نتائج الدراسة

1- عرض النتائج الجزئية للدراسة

2- عرض النتائج العامة للدراسة

خلاصة الدراسة

التوصيات و الإقتراحات

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة، بالأحزاب السياسية عامة وبحزب جبهة القوى الاشتراكية خاصة ، من أجل دفع الشباب للمشاركة السياسية بإعتبار هذا الحزب عبارة عن مؤسسة سياسية ، كغيرها من المؤسسات التي تسعى لكسب التأييد والمساندة ، من طرف كافة الجماهير، لاسيما فئة الشباب بإعتبارها قوة حيوية ، في المشاركة السياسية، ولتحقيق هذه الغاية ، لابد على مسؤولي هذا الحزب ، الإستعانة ببرامج وأنشطة متعلقة بالعلاقات العامة ، كون هذه الأخيرة ذات أهمية كبيرة ، لإستمرار الحزب السياسي. كما تهدف هذه الدراسة ، إلى التعرف على واقع المشاركة السياسية ، لدى شباب ولاية تيزي وزو ومدى إقتناعه بالخطابات السياسية لمسؤولي حزب الأفافاس ، من خلال قنوات الإتصال المختلفة ، التي تستخدم لإحداث التأثير المطلوب ، وإستمالة الشباب نحو برامج وأهداف هذا الحزب.

ومن أهم تساؤلات هذه الدراسة هي:

1-كيف تساهم العلاقات العامة، بحزب الأفافاس في تحسين صورته لدى شباب ولاية تيزي وزو؟

2-كيف تقوم العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية ، بربط صلات وثيقة مع شباب ولاية تيزي وزو لكسب ثقته و تأييده؟

3- ماهي الوسائل الإتصالية، المستخدمة في العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية في تفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو؟

4- ماهي المعوقات التي يواجهها حزب جبهة القوى الاشتراكية ، لتنفيذ برامج العلاقات العامة الخاصة، بتفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو؟

أما المنهج المتبع في هذه الدراسة ، فيتمثل في المنهج المسحي، كونه الأنسب ، والأفضل لجمع المعلومات و البيانات حول دراستنا ، والإعتماد على المقاربة الكمية ، في دراستنا الحالية ، من أجل الوصول إلى نتائج ذات مصداقية كبيرة.

أما أدوات هذه الدراسة ، فتتمثل في إستمارة الإستبيان ، وهي أداة أساسية لجمع المعلومات و البيانات ، بالإضافة إلى المقابلة وهي أداة مدعمة و مساعدة لدراستنا الحالية. و قد توصلنا من خلال دراستنا إلى أهم النتائج وهي:

1- تساهم العلاقات العامة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية ، من خلال فتح كافة أشكال وأبواب النقاش،والحوار لشباب ولاية تيزي وزو، بهدف دفعه للمشاركة السياسية

2- تساهم الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة ، بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية ، في تفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو، من خلال التثقيف و تكوين الإتجاهات و الإستماع لإنشغالات الشباب ، و العمل على حلها.

3-تقوم العلاقات العامة بهذا الحزب ، على إستخدام جميع تقنيات الإتصال المختلفة المكتوبة والسمعية والبصرية والتكنولوجية ، من أجل نشر الوعي السياسي ، لدى شباب ولاية تيزي وزو ، من أجل دفعه للمشاركة السياسية.

4- يواجه حزب جبهة القوى الاشتراكية عدة معوقات ، لتنفيذ برامج العلاقات العامة الخاصة بتفعيل المشاركة السياسية ، لدى شباب ولاية تيزي وزو، المتمثلة في الحصار الإعلامي ، وعدم الحصول على تراخيص لعقد الملتقيات والمحاضرات ، وعمليات السطو على مبادراتهم السياسية.

الكلمات المفتاحية:العلاقات العامة ، الإتصال السياسي ، المشاركة السياسية ، الأحزاب

السياسية ، تفعيل

Summary of the study:

This study aims to know the role generally of public relation in the political parties and socialist forces front especially because this party it is an political institution like any other institutions to win the support of all people especially the young as a during power important in political participation and for do this end the political parties must use the programs and activities of relation public as latter of great important for the continuation of political parties.

this study also aims to know the reality of political participation among algerian young and their conviction the political speech of ffs party official through various channels of communication wish are used to make the wanted impact and to attract young people toward the programs and objectives of this party.

The most important questions of this study are:

- 1-how does the public relation to the ffs party contribute to improve its picture among the young of tizi ousou
- 2-how does the function of public relation to tie a great relations with young people of tizi ousou
- 3-how does the communication media for activate the political participation in the young tizi ousou.
- 4-what are the obstacles faced the ffs party to do the programs of public relation for activate the political participation among the young of tizi ousou.

The approach used in this study it is the surve approach being the most appropriate, and optimal for collection information and data about our study and really used the quantitative approach to arrive of the results great credibility.

The tool of this study are the questionnaire form which is a based tool for collecting information and data and addition the interview as second tool for this study.

We arrive through our study the most important results are:

1-the public relation in the state office of socialist forces front party, contribute by opening all forms and door of discussion and dialogue to the young of tizi ousou for push their to political participation

2-the means communication used in public relation of state office socialist party for activation the political participation among the young by education and formation of attitude and listen to the concerns problems of young and do for resolveits

3-the public relation of the ffs party used about different technic written audio vesual technological in order to spread the political conscience among the young of tizi ousou, for push their to political participation

4- the socialist forces front faced obstacles to political participation of the young of tizi ousou represent in media blockade and the authority don't give a licenses for do the meeting and stealing on their political initiatives.

Keys words :Public relation , political communication ,political participation , political parties , activation

مَقْدَمَةٌ

مقدمة عامة:

تعد العلاقات العامة من الظواهر الإجتماعية، التي تتمتع لدى عامة الناس و المتخصصين بمكانة كبيرة ، من خلال أدوارها ووظائفها المتعددة و المختلفة.

حيث ظهرت العلاقات العامة مع ظهور الحضارات القديمة ، وفرضت نفسها على مستوتعامل الأفراد فيما بينهم داخل مؤسسة معينة ، أو بين المؤسسات الإقتصادية والهيئات السياسية الرسمية ، حيث أصبحت العلاقات العامة موضوعا ذات أهمية بالغة بإعتبارها ظاهرة إجتماعية حتمية ، لا بد أن توجد في كل مجتمع ، نتيجة الإحتكاك بين الأفراد والمنظمات و الهيئات ، في شتى الميادين السياسية والإقتصادية و السياسية ، ونتيجة التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الإتصال ، جعلت الباحثين يدركون أهمية العلاقات العامة ، كونها من المواضيع الجديرة بالدراسة والبحث والتقصي ، لذلك نجد أغلب المنظمات و التنظيمات اليوم ، توجهت إلى الإهتمام بالعلاقات العامة ، كنشاط متخصص ووسيلة ضرورية ، لا غنى عنها في ترقيتها و تطويرها و المحافظة على سمعتها ، و مد جسور التواصل و الحوار مع الجمهور الداخلي أو الخارجي للمنظمة بالإضافة إلى تعزيز تعاملاتها التجارية الداخلية، منها أو الخارجية و العمل على حل المشاكل و الخلافات بأساليب ودية و حسنة.

ومن بين هذه التنظيمات نجد ، الأحزاب السياسية من بين الفواعل غير الرسمية ،التي تسعى لتحقيق الشعبية و السمعة الجيدة في المجتمع،وتعمل على جذب و إستقطاب مختلف الكفاءات والأطراف إلى صفها ، والعمل للوصول إلى السلطة ، ونشر أفكار الحزب ومبادراته ، وتقديم إقتراحات و حلول و بدائل ، لتحسين الأوضاع السياسية و الإجتماعية والإقتصادية في المجتمع.

حيث تعمل على إستهداف جميع شرائح المجتمع المتنوعة،من خلال برامجها وأنشطتها وفعاليتهاالسياسية،خصوصا شريحة الشباب ، بإعتبارها الفئة الأكثر حيوية ونشاطا في المجتمع ، ولتحقيق هذه الغاية ، فإنه لا بد من إستخدام وسائل إتصالية وتقنيات متعددة للتأثيرعلى الوعي السياسي للشباب الجزائري ، خاصة أننا في عصر الإتصال

والديمقراطية ، التي جعلت من المشاركة السياسية ، من أبرز مظاهرها ، وهذا ما جعل العديد من الأحزاب السياسية ، خاصة في الديمقراطيات العريقة ، تولي إهتماما بالغا من أجل تسويق برامجها السياسية ، و أهدافها و مرشحيتها أمام الرأي العام ، من خلال وظائف العلاقات العامة .

التي تتمثل في: التخطيط و التنظيم و التنسيق و التوجيه و الرقابة،و ذلك من خلال رسم أهداف الحزب و غاياته و سياساته، سواء القريبة المدى أو البعيدة المدى ،و العمل على تحديد الأفراد والوظائف الواجب القيام بها،عن طريق وجود التنسيق التفاهم ، أثناء الحملات الانتخابية ، أو عند عقد الملتقيات و الندوات، و القيام بتقويم و تقييم برامج العلاقات العامة المتعلقة بالأحزاب السياسية ، من أجل الكشف عن مواطن الضعف و الخلل فيالأدوار و الأهداف و الأفراد ، مما يتطلب إستراتيجية إتصالية خاصة ، تعمل على تقديم معلومات سياسية هامة ، للشباب الجزائري ، والإهتمام بالإستماع لإنشغالاتهم ، ومشاكلهم المتشعبة والمتعددة ، وجعل الخطاب السياسي يتوجه إلى صلب القضايا الهامة،مما يتطلب ضرورة تعزيز الإتصال وزيادته ، من أجل تكوين صورة جيدة للحزب السياسية لدى الشباب الجزائري،وتنمية الوعي السياسي وتعزيزه من خلال الإلتزام السياسي ، وغرس الحس الوطني، تجاه القضايا السياسية المحلية، وتكون المحصلة النهائية، المشاركة السياسية الفاعلة في الحياة السياسية ، مما يؤدي إلى بناء المجتمعات و ترقيتها ، من الناحية السياسية والاجتماعية و الإقتصادية.

يعد حزب جبهة القوى الإشتراكية ، من بين الأحزاب المتواجدة على الساحة السياسية الذي يعمل على تحقيق قاعدة جماهيرية كبيرة ، لدى شباب ولاية تيزي وزو، وذلك من خلال العمل على تزويدهم بكافة المعلومات السياسية ، والعمل على تجنيدهم و تعبئتهم في المواعيد الانتخابية ، والإهتمام بإنشغالاتهم و معاناتهم ، والعمل على حلها ، والقيام بحملات تحسيسية ، من أجل المشاركة في الحياة السياسية ، وهذا عن طريق الإستعانة بوسائل الإعلام المتنوعة ، من أجل إحداث التأثير المناسب، والعمل على القيام بالزيارات الميدانية ومخاطبة الشباب وجها لوجه بكل شفافية وأمانة ، مما يساهم في تكوين صورة

ذهنية للحزب، لدى شباب ولاية تيزي وزو، الذين يولون إهتماما كبيرا ، بالشأن السياسي العام .

و قد جاءت هذه الدراسة الوصفية المسحية ، لدراسة دور العلاقات العامة بالأحزاب السياسية في تفعيل المشاركة السياسية ، لدى الشباب الجزائري ، وذلك إيمانا بضرورة الإهتمام بموضوع العلاقات العامة ، لما له من أهمية في نجاح الحزب و إستمراره.

هذه الدراسة الوصفية و المسحية، على عينة من شباب ولاية تيزي وزو، المتفاعلين مع حزب جبهة القوى الإشتراكية ،هي محاولة متواضعة منا، سعينا من خلالها إلى تقديم هذا الموضوع بطريقة مناسبة و مقبولة،وقد إستدعت طبيعة الدراسة، تقسيم الموضوع بعد ملخص الدراسة و المقدمة العامة إلى مايلي:

-الإطار المنهجي: تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ، أسباب إختيار الموضوع ،أهمية الدراسة ، أهداف الدراسة ونوعها ، منهج الدراسة وأدواتها ، مجتمع الدراسة وعينته مفاهيم الدراسة ، الدراسات السابقة.

-الإطار النظري: قمنا بتقسيمه إلى أربعة فصول على الشكل التالي:

الفصل الأول: تحت عنوان، ماهية العلاقات العامة، تطرقنا من خلاله، بعد التمهيد إلى:

مفهوم العلاقات العامة ، نشأة العلاقات العامة،أهمية العلاقات العامة ، أنواع العلاقات العامة ، وظائف العلاقات العامة ، عوامل نجاح العلاقات العامة ، خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: تحت عنوان ماهية الإتصال السياسي، تطرقنا من خلاله بعد التمهيد للفصل إلى:

مفهوم الإتصال السياسي ، مستويات الإتصال السياسي ،عناصر الإتصال السياسي، المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي ، وظائف الإتصال السياسي ، العلاقة بين الإتصال والسياسة ، خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: تحت عنوان ، ماهية الأحزاب السياسية، تطرقنا فيه بعد التمهيد للفصل إلى :

مفهوم الأحزاب السياسية ، تصنيفات الأحزاب السياسية ، أهداف الأحزاب السياسية
خصائص الأحزاب السياسية ، وظائف الأحزاب السياسية ، علاقة الأحزاب السياسية
بالإتصال ، خلاصة الفصل

الفصل الرابع: تحت عنوان، ماهية المشاركة السياسية، تطرقنا فيه بعد التمهيد للفصل إلى:

مفهوم المشاركة السياسية ، أهمية المشاركة السياسية ، دوافع المشاركة السياسية ، خصائص
المشاركة السياسية ، متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة ، العوامل المؤثرة في المشاركة
السياسية ، معوقات المشاركة السياسية ، خلاصة الفصل.

الإطار التطبيقي: تحت عنوان ، عرض وتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة ، قمنا

بتقسيمه إلى ثمانية عناصر، بعد التمهيد له ، حيث تطرقنا فيه إلى:

النبذة التاريخية للمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو، الهيكل
التنظيمي للمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو، أهداف العلاقات
العامة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو، وسائل الإتصال
المستخدمة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو، مجتمع البحث
وعينته ، التحليل الكمي و الكيفي للجداول البسيطة والمركبة ، عرض المقابلات والتعليق
عليها ، عرض نتائج الدراسة الجزئية والعامة ، بالإضافة إلى خلاصة الدراسة ، التوصيات
والإقتراحات وملاحق الدراسة، وفهرس المحتويات ، وفهرس الجداول البسيطة والمركبة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- أسباب إختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- نوع الدراسة
- 6- منهج الدراسة وأدواته
- 7- مجتمع الدراسة و العينة
- 8- مفاهيم الدراسة
- 9- الدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها:

تعد العلاقات العامة مفهوما إداريا ووظيفيا، ومطلبا أساسيا في العديد من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وحتى في القانون و السياسة ، هذه الأخيرة التي إتسع مفهومها بإتساع مجالها، وتنوع مؤسساتها، ومن هنا ظهرت الحاجة للعلاقات العامة لتحديد مجالها ، ووظائفها وأدوارها وأهدافها ، وقد إهتم الباحثون بدراسة دور العلاقات العامة في السياسة ، خاصة بعد سلسلة دراسات ، كانت في مقدمتها دراسة "لازارس فيلدبول" حول الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ، في العشرينات من القرن الماضي وقد عرفت في تلك الفترة إنتشار التعليم ، والثقافة الجماهيرية ، وظهور الصحافة الحزبية. وبما أن الحزب السياسي ، هو أحد المواضيع التي يدرسها علم السياسة ، وجزء من النظام الاجتماعي ، ونظرا للعديد من الوظائف و الأحداث المتميزة و المتكاملة ، والتي تجعله في حركة تأثير وتأثر، سواء مع وحداته الداخلية ، أو من حيث علاقته بالقوى الاجتماعية التي يمثلها ، أو من حيث بلورة المصالح العامة للمجتمع ، على إعتبار أن الحزب السياسي، بمفهومه الحديث ، يسعى كغيره من التنظيمات لكسب ود الجماهير ودعمها ، من أجل تحقيق الهدف المركزي من وجود الحزب ، ومن المعروف أن هدف أي حزب هو الوصول إلى السلطة ، أو المشاركة فيها.

وهذا لا يمكن أن يكون، ما لم يتمتع بالتأييد الجماهيري الواسع ، هذا ما يجعل العلاقات العامة مطلبا رئيسيا بالنسبة له ، كون فعالية و إستمرارية الحزب ، تتوقف على العلاقة التي تربطه بالجماهير، وتمثل العلاقات العامة أداة الربط بين الحزب والبيئة المحيطة به ، من أجل تعظيم عدد المؤيدين للحزب ، ويكون ذلك بإستخدام كافة وسائل الإتصال ، أو أية وسائل أخرى تحقق أهداف الحزب ، حيث يركز المنهج الإعلامي الحديث في العلاقات العامة على العمليات الإتصالية ، بين الحزب و الجماهير، و دراسة عناصر العملية الاتصالية ، وأساليب الإقناع والحوار وتقسيم الجمهور، وفق عدد من المعايير مثل: الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي ، ومن بين هذه الجماهير التي يولي لها الحزب السياسي إهتماما كبيرا ، من خلال برامج العلاقات العامة ، نجد جمهور الشباب ، ففئة الشباب ، تمثل

نسبة مهمة من المجتمع الجزائري ، وتتميز بالنشاط و الحيوية و القدرة على الفعل، ويكون مساهمًا في بلورة السياسات الإقتصادية والاجتماعية والسياسية.

إن المشاركة السياسية للشباب ، تقتضي إنخراطهم في الديناميات والفعاليات السياسية، من أحزاب و جمعيات إلخ

إذ تعتبر المشاركة السياسية للشباب ، آلية لتعزيز الديمقراطية التشاركية ، والمساهمة في بناء مجتمع ديمقراطي ، يتسم بالعدل و الحرية، ومن خلال ذلك يتمكن المواطنون ، من إدارة شؤونهم بأنفسهم ، على أساس الحقوق و الواجبات.

يكتسي الحزب السياسي أهمية كبيرة ، بالنسبة للدول الحديثة العهد العملية الديمقراطية والجزائر إحدى هذه الدول ، التي عرفت إنفتاحًا سياسيًا ، مع بداية التسعينات من القرن الماضي ، في مجال التعددية الحزبية، إذ أن الأحزاب السياسية ، تساهم في التنقيف و نشر الوعي، والتجنيد حول القضايا الوطنية ، وأن تكون حلقة وصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار.

ومن أهم الأحزاب السياسية ، نجد حزب جبهة القوى الإشرافية ، السياسية على الساحة والذي يسعى كغيره من الأحزاب إلى ترسيخ مبادئه وأهدافه ، حيث يعد من الأحزاب السياسية ، التي تتمتع ببيئة تنظيمية جيدة ، ويتوفر على إمكانيات من التخطيط الفعال لبناء علاقات جيدة مع محيطه الخارجي الاجتماعي ، وذلك من خلال الوسائل المتاحة بتفعيل عملية الإتصال مع الجمهور الخارجي للحزب ، ولاسيما شريحة الشباب، ومرونة الإتصالات الداخلية ، وتعزيز الممارسة الديمقراطية الداخلية ، والإهتمام بإنشغالات المواطنين و مشاكلهم الحقيقية.

ولن يكون ذلك ، إلا بالإعتماد على برامج العلاقات العامة التي تكون على أسس عملية ومنظمة ، من خلال إستخدام الحزب السياسي أنجع الوسائل الإتصالية ، وأفضلها التي يتعرض لها الشباب بكثرة ، وكذا الأساليب الإتصالية الناجحة ، وحسن اختيار الرسائل الإتصالية ، التي يمكن أن تصل إلى الشباب ، ومن ثم التأثير عليهم وإقناعهم برسالة الحزب

السياسي و أهدافه ، على إعتبار أن العمل السياسي بصفة عامة ، يقوم على مجموعة من التصورات الذهنية التي تتشكل في العقول ، ممثلة في تلك الحقائق الموجودة في الواقع حيث أثبتت العديد من الدراسات الميدانية ، أن الصورة الذهنية التي تتشكل بصدد حزب أو مرشح أو سياسة ما، عامل حاسم في تحديد المواقف السياسية ، تجاه أي منهم، فعلى الحزب السياسي ، أن يولي عنايته لصورته لدى الشباب ، إذ أن فعالية الحزب و قوته تبدأ من الداخل.

و صورة الحزب عند جمهور الشباب ، تصنع داخل الحزب من خلال العلاقات الداخلية الجيدة بين أعضاء حزب جبهة القوى الاشتراكية، و قلة الصراعات والمنازعات الداخلية ومدى إستخدامه لوسائل الإتصال المتنوعة ، وفعالية الخطاب السياسي ، ووضوحه من أجل دفع الشباب للمشاركة السياسية ، والإهتمام بمختلف القضايا الوطنية ، وتعزيز الشعور بالمواطنة والإنتماء لدى الشباب الجزائري.

و من هنا نطرح السؤال الجوهرى التالي:

كيف تساهم العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، في تفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو؟

ويتفرع عن هذه السؤال الجوهرى ، جملة من التساؤلات الفرعية هي:

1- كيف تساهم العلاقات العامة في تحسين صورة حزب جبهة القوى الاشتراكية، عند شباب ولاية تيزي وزو؟

2- كيف تقوم العلاقات العامة ، بحزب جبهة القوى الاشتراكية ، بربط صلات وثيقة مع شباب ولاية تيزي وزو، لكسب ثقته و تأييده؟

3- كيف تؤدي وظائف العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، إلى إعلام الجمهور الخارجى بسياسته و برامجها؟

- 4- ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، بهدف تفعيل المشاركة السياسية ، لدى شباب ولاية تيزي وزو؟
- 5- ماهي الاستراتيجية الإتصالية ، التي ينتهجها حزب جبهة القوى الاشتراكية لتفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو ، و عن طريق برامج العلاقات العامة؟
- 6- ماعلاقة دور العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية ، في تحسين المشاركة السياسية ، بمتغيرات السن و الجنس و المستوى التعليمي، لدى شباب ولاية تيزي وزو؟
- 7- ماهي المعوقات التي يواجهها حزب جبهة القوى الاشتراكية ، لتنفيذ برامج العلاقات العامة الخاصة ، بتفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو؟

2- أسباب إختيار الموضوع:

إن تحديد الباحث لأسباب ، ودوافع إختيار موضوع الدراسة يساهم إلى حد كبير في ضبط إشكالية الدراسة، وتحديد المسار السليم للوصول إلى النتائج المرجوة ، وتتمثل أسباب إختيار الموضوع في:

أ-الأسباب الذاتية:

تتمثل الأسباب الذاتية لإختيار الموضوع في:

- 1- رغبتنا وميلنا الشديد لدراسة المواضيع ، ذات البعد السياسي في الجزائر، كوننا من المهتمين بالسياسة بشكل عام ، ومن محبي و متابعي حزب جبهة القوى الإشتراكية
- 2- رغبتنا في دراسة المواضيع ، التي تعنى بشؤون الشباب ، بإعتبارها الشريحة الأكبر في المجتمع.

ب-الأسباب الموضوعية:

تتمثل الأسباب الموضوعية ، لإختيار الموضوع في:

- 1- إرتباط الموضوع بالتخصص الأكاديمي-الإتصال التنظيمي- الذي يدرس فيه العلاقات العامة داخل التنظيمات السياسية،خصوصا في تنظيمات الأحزاب السياسية.

2- تزايد الإهتمام بنشاط العلاقات العامة ، خصوصا في السنوات الأخيرة، نظرا للدور الهام الذي تقوم به ، في تطوير أداء معظم المنظمات ، والتنظيمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

3- أهمية العلاقات العامة ، ومدى تأثيرها في تحسين صورة الأحزاب السياسية ، ومنه كسب تأييد و تعاطف الجماهير، في الاستحقاقات الانتخابية.

4- نقص المراجع و الدراسات التي تناولت هذا الموضوع الانتخابية.

3- أهمية الدراسة:

إن أهمية البحوث تتوقف علي أهمية الظاهرة ، التي تتم دراستها وعلى قيمتها العلمية وما يمكن أن تحققه من نتائج ، يمكن الاستفادة منها، وما يمكن أن نخرج من حقائق يمكن الاستناد إليها لاحقا.

تكمن أهمية هذه الدراسة ، في كونها تتطرق إلى فرع من أهم فروع علوم الإعلام والاتصال وهو فرع العلاقات العامة، بل يتعداه من حيث الجودة ، إلى تناول نوع من أحدث وأدق الأنواع الإعلامية والاتصالية ، ألا وهو الاتصال السياسي ، وما يكتنف هذا النوع من المواضيع من حساسية بالغة ، تستدعي نظرة جادة والتفاته عازمة وسريعة ، نظرا لأهمية الاتصال السياسي ، ومساهمته في نشر التوعية السياسية لدى الشباب الجزائري ، ودفعه وحثه على المشاركة السياسية.

تتضح أهمية هذه الدراسة أيضا ، في وقوفها على واقع العلاقات العامة بالجزائر ومكانتها داخل الأحزاب السياسية ، ومعرفة مدى إمكانية تحقق الأهداف المسطرة ، من قبل العلاقات العامة بالأحزاب السياسية ، ومدى ملامستها للواقع ومدى فعالية الاتصال ، عن طريق العلاقات العامة ، والدور الذي تؤديه من أجل تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ، والعمل على تقليص حالة من العزوف عن المشاركة السياسية ، لدى الشباب الجزائري ، من خلال نشاطات العلاقات العامة ، التي تقوم بها الأحزاب السياسية ، بإستعمال

الوسائل التكنولوجية السمعية البصرية ، ومن أجل مساعدة صانعي القرار في كيفية إعداد الرسائل والوسائل الاتصالية الناجعة والفعالة ، وتكريس مبدأ الديمقراطية التشاركية بين الأحزاب السياسية والجمهور المستهدف ، والعمل على تحقيق التنمية السياسية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع.

4- أهداف الدراسة:

1-تحديد الأدوار التي تقوم بها الأحزاب السياسية ، من خلال نشاط العلاقات العامة ، من أجل تعبئة الرأي العام ، والدفع به للمشاركة في مختلف الفعاليات والتحديات والرهانات التي تهدد البلاد.

2-إبراز مدى فاعلية برامج العلاقات العامة،المستخدمة من طرف الأحزاب السياسية من أجل تفعيل المشاركة السياسية ، لدى الشباب الجزائري

3-محاولة جمع أهم المعطيات النظرية حول العلاقات العامة،وأهميتها داخل الأحزاب السياسية الجزائرية ، ودورها في عملية المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري

4-رصد مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية ، التي تعتمد عليها الأحزاب السياسية في نشاطات العلاقات العامة ، من أجل تحقيق المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري.

5-تحديد مكانة الأحزاب السياسية ، ومعرفة مدى نجاعة برامج العلاقات العامة التي تستخدمها ، من أجل تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري

6-محاولة التعرف على دور العلاقات العامة ، في تحقيق التنسيق والتفاهم بين الأحزاب السياسية وفئة الشباب

7-إظهار مدى مساهمة العلاقات العامة بالأحزاب السياسية ، في بناء وتكوين صورة ذهنية حسنة لدى الشباب.

8-التعرف على مدى مساهمة العلاقات العامة، في تحسين صورة الأحزاب السياسية، لدى الشباب ، ومنه كسب تأييده من أجل المشاركة السياسية

9-محاولة الكشف عن مدى وعي الأحزاب السياسية ، بدور العلاقات العامة

10-مساعدة قادة ومناضلي الأحزاب السياسية ، في تحسين الأساليب الاتصالية المستخدمة من أجل رسم سياسات وبرامج فعالة ، تعمل على تحقيق المشاركة السياسية للشباب.

5- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، التي تقوم بدراسة الظواهر والأحداث، كما هي من حيث خصائصها وأشكالها ، والعوامل المؤثرة في ذلك، فهي تدرس حاضر الظواهر والأحداث ، عن طريق توصيفها من جميع الجوانب والأبعاد ، بهدف إستخلاص الحلول وتحديد الأسباب ، والعلاقات التي أدت إلى هذه الظواهر والأحداث ، وكذلك تحديد العلاقات مع بعضها، إذ يقوم على جمع البيانات والمعلومات من المصادر المختلفة ، بهدف إستخلاص النتائج، (1) تسعى هذه الدراسة الوصفية ، إلى جمع المعلومات اللازمة، عن حزب جبهة القوى الاشتراكية ، وإلوصف واقع العلاقات العامة ومدى تطبيقها ، في هذا الحزب ومدى مساهمتها في تفعيل المشاركة لدى شباب ولاية تيزي وزو، بالإضافة إلى تسليط الضوء على مختلف العوامل ، المؤثرة في برامج العلاقات العامة بهذا الحزب ومدى نجاعة هذه البرامج ، لإستمالة الشباب للمشاركة السياسية ، والعلاقة الموجودة بين حزب جبهة القوى الاشتراكية ، وجمهور الشباب، مع قياس هذه العلاقة بأساليب ومقاييس إحصائية ، أي التعبير عنها وقياس مدى فعالية برامج حزب القوى الاشتراكية ، وإمكانية حث الشباب على المشاركة السياسية ، وكذا رصد مختلف السلوكات والخصائص، التي يتميز بها شباب ولاية تيزي وزو ، ومدى تأثيرها على مشاركته السياسية.

1- محمد زايد حمدان، البحث العلمي كنظام ، ط 28 ، سلسلة التربية الحديثة، عمان، 1982، ص 66

6- منهج الدراسة وأدواته:

المنهج يمثل مجموعة من القواعد والإجراءات ، التي يجب أن يتبعها الباحث من أجل الوصول إلى النتائج المستهدفة ، ويمثل أداة للسيطرة على البحث بصفة عامة ، وضبط إجراءاته طبقاً للقواعد المعيارية لكل منهج.(1)

وفي تعريف آخر للمنهج هو "عبارة عن جملة من الخطوات ، التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة، تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة، أي أن المنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي ، أي تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة، يحددها في مساره البحثي، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول"

مما جعل العديد من الباحثين ، يشبهون المنهج ، بالطريق الواضح المحدد المراحل.(2) يتمثل منهج هذه الدراسة الحالية ، في المنهج المسحي ، الذي يعرف بأنه "جمع المعلومات والبيانات، عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد ، ويطبق هذا المنهج في كثير من الدراسات ، من أجل الوصف القائم، بشكل تفصيلي ودقيق ، وتحديد الوسائل والإجراءات التي من شأنها تحسين وتطوير الوضع القائم".(3)

يعد المنهج المسحي، الأنسب والأمثل لهذه الدراسة ، لأنه يقوم على جمع المعلومات والبيانات الخاصة ، بمسح آراء جمهور الشباب حول دور العلاقات العامة، بالأحزاب السياسية ، من خلال جمع المعلومات عن الأفراد ، وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم وإتجاهاتهم ،والإعتماد على المقاييس الإحصائية ، وعلى المقاربات الكمية من أجل تحليل الظاهرة المدروسة ، تحليلاً موضوعياً ومنطقياً ، وتفسير نتائج هذا التحليل للوصول إلى نتائج ذات مصداقية ، تسهم في تحديد الوسائل وتحسين الواقع ، حيث يسمح لنا المنهج المسحي، بمعرفة درجات التأثير وكيفية التأثير، وحجمه على سلوكيات الشباب الجزائري إزاء برامج العلاقات العامة بالأحزاب السياسية .

1-محمد عبد الحميد،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط1،عالم الكتب،القااهرة،2001،ص 150

2-عوض عدنان،منهاج البحث العلمي،ط1،جامعة القدس المفتوحة،فلسطين،1994،ص 78

3- حسان هشام،منهجية البحث العلمي،ط2،دار الكتاب الجديد،القااهرة،2007،ص 72

إن إستخدامنا للمنهج المسحي ، سمح لنا أكثر بالتقرب من أفراد العينة ، والتعرف على مجتمع بحثنا، عن طريق مسح آراء شباب ولاية تيزي وزو، وذلك عن طريق إستخدام أدوات تتمثل فيما يلي:

أ-إستمارة الإستبيان: تعد أداة أساسية في دراستنا ، وهي من أهم أدوات جمع البيانات والمعلومات وطريقة وأداة للاتصال المباشر مع المبحوثين ، لذلك تعتبر من أحد أساليب المستخدمة في جمع البيانات الأساسية والأولية ، من العينة المختارة بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهة نظر المبحوثين واتجاهاتهم⁽¹⁾ وفي تعريف آخر للاستمارة هي "مجموعة من الأسئلة المرتبطة بموضوع ما ، وهي مرتبة يتم وضعها في إستمارة توزع للمبحوثين ، تمهيدا للحصول على أجوبة لأسئلة الواردة فيها ، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع ، أو التأكد من معلومات متعارف عليها ولكنها مدعمة بحقائق⁽²⁾، وقد قمنا بإستخدام هذه الأداة ، بهدف التعرف على مواقف وإتجاهات شباب ولاية تيزي وزو، حول مدى فعالية نشاطات العلاقات العامة ، ومدى تأثيرها عليهم ومن أجل تفعيل المشاركة السياسية ، وهي مجموعة من الأسئلة المرتبطة بالمسائل ، التي نريد الوصول إليها لتحديد أساس المشكلة ، وقد قمنا بتوزيعها على ثلاثة أساتذة محكمين بهدف تحكيمها وخضعت لتعديلات طفيفة لتخرج بشكلها النهائي ، والاستمارة التي قمنا بصياغتها تتضمن أربع محاور هي:

1-المحور الأول: معلومات شخصية عن الشباب الجزائري.

2-المحور الثاني: مدى إهتمام الشباب بالسياسة.

3-المحور الثالث: المشاركة السياسية للشباب الجزائري.

4-المحور الرابع: دور العلاقات العامة بالأحزاب السياسية في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري.

1- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (د-ط)، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 184

2- إحسان محمد حسن ،الأسس العلمية لمناهج البحث الإجتماعي،(د-ط)، دار الطليعة، مصر، 1999، ص 55

ب-المقابلة:تعتبر وسيلة مستقلة ، شأنها شأن الإستمارة وتعرف بأنها" أداة في الحصول على البيانات الأولية ، إذ تعد تفاعلا لفظيا ، يتم عن طريق موقف مواجهة ، يحاول الشخص القائم بالمقابلة ،أن يستشير معلومات وآراء أو معتقدات لشخص، أو لأشخاص آخرين ، كما تسمح المقابلة بإستقصاء الموضوعات ، غير المعروفة وجمع البيانات،عن بعض الأمور الحساسة ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المرتبة والمتسلسلة ، ولكن تشترط إجراء لقاء بين الباحث والمبحوث"(1)

كما تعتبر المقابلة من بين الأدوات الرئيسية ، في جمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية،كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع البيانات والمعلومات، وهي ذات فعالية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث(2) وقد إستخدمنا المقابلة المقننة أي بإستخدام أسلوب المقابلة ، التي تحكمها أسئلة محددة ومعدة سلفا، كون هذه الأداة تجعلنا نحصل على معلومات أكثر وبيانات أوفر حول مدى مساهمة العلاقات العامة بالأحزاب السياسية ، في تفعيل المشاركة السياسية ، وهذا النوع من المقابلات الذي يتوافق مع دراستنا يهدف إلى الحصول على إجابات ومعلومات من الأفراد المستجوبين،حيث قمنا بإجراء مقابلة مع الأمين العام لحزب الأفافاس ، والمكلف بالاتصال والإعلام ، وهذا بهدف جمع المعلومات والبيانات عن الحزب ، وما يشمله من برامج وإستراتيجيات وتقنيات الاتصال المستخدمة ، بهدف دفع الشباب للمشاركة السياسية، ومدى تفاعل الشباب للشأن السياسي العام ، بالإضافة إلى إجراء مقابلة مع عضوين ينتميان إلى حزب الأفافاس ومقابلة مع فرد منخرط في حزب الأفافاس ، ومناضل في حزب الأفافاس ، والمجموع هو خمسة مقابلات.

1-سمير محمد حسين،بحوث الإعلام،مرجع سبق ذكره،ص 186

2-عمار بوحوش،محمد الذنبيات،مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث،ط2،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2001

7- مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث ، في لغة العلوم الإنسانية بأنه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، والتي تتركز عليها الملاحظات"(1) ويعرف أيضا بأنه "مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات العناصر، الوحدات المحددة مسبقا ، حيث تنصب الملاحظات" أي أن تعريف مجتمع البحث ، حسب باحثين آخرين هو "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"(2) يتمثل مجتمع البحث ، في مجموع شباب ولاية تيزي وزو، المتفاعلين مع حزب جبهة القوى الاشتراكية.

ب- العينة:

تعرف العينة بأنها "ذلك الجزء المختار من مجتمع البحث الكلي ، وتكون ممثلة لهذا المجتمع ويشترط للعينة أن تكون فيها جميع صفات الأصل ، التي أشتقت منه في جوانبها المختلفة وطبقا لطبيعة الموضوع المدروس ، فهي تعمم النتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة ، قد تكون أشخاصا كما تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك"(3) إغتمدنا في دراستنا على العينة غير الإحصائية، يكون فيها الإختيار كفي ، من قبل الباحث للمبحوثين استناد إلى أهداف بحثه ، أما حجم العينة فقد قمنا بإختيار 100 مفردة من المجتمع الكلي، أي 100 شاب من ولاية تيزي وزو.

1-فاطمة عوض وميرفيت خفاجة،أسس ومبادئ البحث العلمي ،ط1، مكتبة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية،2002،ص،ص122،121

2- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية - ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون ، ط2، دار القصة الجزائر،2006،ص 98

3- معن خليل العمر،مناهج البحث في علم الاجتماع،(د-ط)، دار الشروق للنشر و التوزيع،الأردن،2004، ص 200

تندرج ضمن العينة غير الاحتمالية، العينة القصدية، التي إستخدمناها في دراستنا الحالية وهي العينة التي يقوم الباحث بإختيار مفرداتها بطريقة تحكمية، لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم الباحث هو شخصيا ،بإنتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها،لما يبحث عنها من معلومات وبيانات ،وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ،وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا(1)،ومن مبررات إختيار هذه العينة القصدية هي كالتالي:

- إعتدنا على متغير السن لأعمار الشباب التي تشمل كل الفئات.
- معيار إهتمام الشباب بالشؤون السياسية ، والتفاعل معها من خلال الإنخراط في الأحزاب السياسية ، خصوصا في ولاية تيزي وزو وكيفية التعاطي معه.
- كثرة الفعاليات والأنشطة السياسية،التي يشارك فيها الشباب بولاية تيزي وزو.
- كون أفراد هذه العينة مؤهلون ، للمشاركة في الحياة السياسية،وقادرين على القيام بواجبات تجاه وطنهم ومجتمعهم.
- إن فئة الشباب تمثل الشريحة الأوسع ، من المجتمع الجزائري ، ومن المهم التعرف على درجة وعيهم ، بأهمية تعزيز الوعي السياسي لديهم.

1-علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، (د- ط) ، مخبر علم إجتماعالاتصال ،جامعة منتوري ،قسنطينة ،2010، ص 141

8- مفاهيم الدراسة:

1- الدور: (Le rôle)

أ- **التعريف اللغوي:** الدور هو عود الشيء إلى ما كان عليه- النوبة- الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض، و دور الممثل هو أحد الموافق التي يظهر فيها في الركح، و التي تتكون منها المسرحية، وقام بدور خطير أي أظهر مقدرة كانت ذات أثر بارز، و فاعلية لها وزنها في الميدان.(1)

ب- **التعريف الاصطلاحي:** يعرف "راشيلاف سباني" الدور بأنه " الفكرة الملازمة لسلوكات من خلالها تنفذ القوانين و الواجبات ، التي تحددتها الثقافة من خلال القيم و القواعد ونماذج التصرف التي يحترمها أفراد المجتمع" و يعرف "ويتفريد هوبر" الدور بأنه: " يعكس مجموعة من التصرفات المنبثقة ، عن الفرد الذي يحتل مكان ما"

ويعرفه "توماس جورج خوري" بأنه " عبارة عن سلسلة إستجابات شرطية ، لأحد أطراف الموقف الإجتماعي ، الذي يمثل نمط في سلسلة إستجابات الآخرين الشرطية ، في هذا الموقف"(2)

ج- **التعريف الإجرائي:** المقصود هنا في دراستنا بالدور، هو مجموع الوظائف المخطط لها في العلاقات العامة ، من طرف حزب جبهة القوى الاشتراكية ، والتي يتم تنظيمها وتوزيعها في ضوء ما يؤديه من أعمال وأقوال ، لدى مسؤولي حزب جبهة القوى الاشتراكية.

1- علي بن هادية و آخرون، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي ألباني ، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997ص349
2- فاطمة نفيسة، العلاقة بين النسق القيمي و الدور الإجتماعي لدى المرأة التارقية - دراسة ميدانية بمدينة تمنراست- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس ، تخصص علم النفس الإجتماعي، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم علم النفس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007، ص59، ص60

2-العلاقات العامة: (relation publique)

أ- **التعريف اللغوي:** تتكون من كلمتين "العلاقات" و "العامة" و هي كما أوردها المنجد الأبجدي ، هي المصدر علائق، وتعني حصيلة الروابط و الصلات ، التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما و الجماهير التي تتعامل معها، و في ضوء ذلك فهي ذات إتجاهين ، ولهما طرفان ، يتحكما في هذه الصلات والإتصالات ، والعلاقات حيث يتوقف قيامها على وجود هذان الطرفان⁽¹⁾

ولفظ عامة ، هي مؤنث مذكره "عام" و جمعه "عوام"، والعامة ما خالف الخاصة ، يقصد بها مجموعة الجماهير التي يتصل عملها، أو يرتبط مصالحها و نشاطها بالبيئة أو المنظمة أو الشركة.⁽²⁾

ب- **التعريف الإصلاحي:** يعرف "ساليغان" الأستاذ بمعهد العلاقات الأمريكية العلاقات العامة بأنها: "وظيفة الإدارة التي تقيس وتقوم و تنتبأ بالآراء والإتجاهات ، ورد الفعل المتوقع من جمهور المنظمة ، وجماهيرها الخارجية تحقيقا للمنفعة المتبادلة لهما وللمجتمع".⁽³⁾

كما يعرف "إدوارد بيرنيز" العلاقات العامة بأنها "محاولة كسب تأييد الرأي العام بالنسبة لنشاط أوقيمة أو حركة أو منظمة ، وذلك عن طريق الإعلام والإقناع و التكيف" ويقول "بيرنيز" في ذلك "كما أن المهندس يشيد الأبنية و يقيم المنشآت ، فإن خبير العلاقات العامة ، يقيم الصلات الودية و يشيد الرضا و التأييد".⁽⁴⁾

1-لوييس معلوف اليسوعي، المنجد الأبجدي، ط5، دار المشرق، بيروت، 1986، ص19

2- سمير حسن منصور، منهاج العلاقات العامة، (د-ط) ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص13

3-علي عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 23

4- منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق ، (د- ط)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص 24

ج-التعريف الإجرائي: هي وظيفة من وظائف الإدارة ، تهدف إلى تقدير أهمية الرأي العام وترمي إلى تخطيط وتنظيم الجمهور، لتوضيح معالم سياستها وحقيقة أهدافها للأفراد العاملين بها والجماهير التي تتعامل معها ، و المقصود بالعلاقات العامة في دراستنا،هي كافة البرامج والأنشطة الإتصالية ، التي يقوم بها المكتب الولائي للعلاقات العامة،بحزب جبهة القوى الاشتراكية،من أجل دفع شباب ولاية تيزي وزو للمشاركة السياسية.

3- المشاركة السياسية (Participation Politique)

1-التعريف اللغوي: إن أصل كلمة مشاركة ، جاءت من كلمة الشركة أو الشرك (بكسر الشين) بمعنى: قد إشتراكا، وتشارك أحدهما الآخر، والشريكالمشارك ، وجمعها إشارك و شركاء، شركة في البيع و الميراث و الشرك: سير النعل وجمعها شرك. أما السياسة ، فيوحي إشتقاق الكلمة ، في اللغة العربية أو اللاتينية ، بأنها كلمة تتعلق بشأن من الشؤون الذي يعني جميع الناس ، وكلمة السياسة مشتقة من كلمة "سوس" ، بمعنى الرياسة و القيادة ،ومنها جاءت مقولة "يسوس الناس" بمعنى يقودهم.(1)

2-التعريف الاصطلاحي: يعرف " Ahlis" المشاركة السياسية بأنها: "عمل تطوعي مقصود يهدف إلى التأثير في القرارات السياسية"

أما "محي الدين سليمان" بأنها"الجهود الإختيارية،أوالتطوعية التي يبذلها أفراد المجتمع بهدف التأثير على بناء القوة في المجتمع ، أو الإسهام في صنع القرارات الخاصة في المجتمع،وتتم هذه المشاركة في صور عديدة ، بدء من الإهتمام بأمرالمجتمع ، والمعرفة السياسية"(2)

3-التعريف الإجرائي: المشاركة السياسية ،هي العملية التي يؤدي من خلالها الفرد دورا في الحياة السياسية لمجتمعه،وتكون لديه الفرصة للمشاركة ، في وضع و صياغة الأهداف

1- سعاد بن قفة ،المشاركة السياسية للمرأة في الجزائر- أليات التقنين الأسرى نموذجاً : (1962-2005)-أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع،تخصص علم إجتمع التنمية ،كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ،قسم العلوم الإجتماعية ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة،2012،ص ص 19،115
2- طارق محمد عبد الوهاب ، سيكولوجية المشاركة السياسية ، (د- ط) ، دار غريب للطباعة و النشر ، القاهرة ، 1999، ص ص 112، 115

العامّة للمجتمع و بالتالي إيجاد أفضل الوسائل لتحقيق وإيجاد هذه الأهداف، والقصد من وراء المشاركة السياسية هي التأثير في السياسة العامة ، وإدارة شؤون العامة ، وإختيار القادة السياسيين ، على المستويين المحلي والوطني، هدفها تغيير مخرجات النظام السياسي بالصورة ، التي تلبي مطالب الأفراد و الجماعات الذين يقومون بها ، والمقصود في هذه الدراسة بالمشاركة السياسية ، هي مشاركة شباب ولاية تيزي وزو، في عملية صنع القرار السياسي ، من خلال تأثير برامج العلاقات العامة للأحزاب السياسية.

4- الحزب السياسي: (Parti Politique)

أ- **تعريف اللغوي:** ينصرف المعنى اللغوي لكلمة حزب إلى الطائفة ، وحزب الرجل أصحابه و (تحزبوا) تجمع و منه أيضا أحزاب القرآن.(1)

أما كلمة (سياسي) فهي مأخوذة من كلمة سياسة ،التي تعني كل ما يتصل بشؤون الدولة ونظام الحكم فيها ، وما للأفراد من حقوق و ما عليهم من واجبات في البيئة السياسية التي يعيشون فيها.(2)

ب- **التعريف الإصطلاحي:** أول التعريفات التي وضعت في هذا المجال ، هو تعريف "بنيامين كونستان"، حيث عرف الحزب السياسي عام 1816 بأنه "إجتماع رجال يعتقدون العقيدة السياسية نفسها"، وعرفه "هانز كلسن" بأنه "تلك المنظمة التي تجمع بين رجال ذوي رأي واحد ، لتضمن لها تأثيراً حقيقياً، في إدارة الشؤون العامة"(3)

1-محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي،مختار الصحاح، (د-ط)،دار الرسالة،الكويت،1982،ص 133

2-أحمد سويلم العمري،معجم العلوم السياسية الميسر، (د- ط)، مطابع الهيئة المصرية، القاهرة،1985، ص 87

3-هانز كلسن،الديمقراطية: طبيعتها و قيمتها،ترجمة: علي الحامصي، (د- ط)،المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة،1953،ص 22

و في تعريف "أوستن رين" بأنه " جماعة منظمة ذات إستقلال ذاتي، تقوم بتعيين مرشحيها وتخوض المعارك الانتخابية ، على أمل الحصول على المناصب الحكومية والهيمنة على خطط الحكومة".

و في تعريف آخر حاول فريق آخر، من الفقهاء الجمع بين العناصر الأساسية للحزب السياسي ، في كل تعريف له ، وهذا ما نلاحظه في تعريف "لابالومبار" و"وينر"، حيث اشترطا توافر أربعة عناصر هي :

1- إستمرارية التنظيم .

2- أن يمتد التنظيم ليشمل أطراف المجتمع كافة ، دون أن يقتصر على فئة معينة ، أو وحدة إدارية دون أخرى .

3-السعي إلى الإنفراد بالسلطة أو المشاركة فيها.

4-إهتمام الحزب بالحصول على التأييد الشعبي.(1)

ج-التعريف الإجرائي:

يعرف الحزب السياسي بأنه "تنظيم يضم مجموعة من الأفراد بنفس الرؤية السياسية، يعمل على وضع أفكاره موضع التنفيذ، و ذلك بالعمل في أن واحد على ضم لأكبر عدد ممكن من المواطنين، إلى صفوفهم و على تولي الحكم ، أو على الأقل التأثير على قرارات السلطات الحاكمة" (2)

والمقصود هنا في هذه الدراسة بالحزب السياسي،هو حزب جبهة القوى الإشتراكية.

5-الديمقراطية: (Democrasie):هي كلمة يونانية الأصل تتكون من مقطعين الأول

"demos" يعني الشعب ،والثاني "Cracia" فتعني الحكم ،وهو يعتبر شكل الحكم الذي

يكفل لجميع المواطنين، الممارسة في إتخاذ القرارات السياسية،بصورة مباشرة ، بمقتضى

قاعدة الحكم بالأغلبية.(3)

1- حرب الغزالي أسامة ، الأحزاب السياسية في العالم الثالث، (د- ط) ، دار عالم المعرفة ، الكويت ، 1987، ص ص 18-19

2- نبيلة عبد الحليم كامل ،الأحزاب السياسية في العالم المعاصر، (د- ط) ،دار الفكر العربي ، القاهرة ،1982، ص 20

3-إسماعيل عبد الفتاح عبد الباقي ، معجم مصطلحات عصر العولمة ، (د- ط)، دار النشر والثقافة والتوزيع، مصر، 2004، ص 254

ب-التعريف الإصطلاحي: تعرف دائرة "المعارف البريطانية" الديمقراطية بأنها: "شكل من أشكال الحكم يمارس فيه مجموع المواطنين مباشرة ، حق إتخاذ القرار السياسي، تطبيقا لحكم الأغلبية، وهو ما يطلق عليه، بإسم الديمقراطية المباشرة، وهناك الديمقراطية النيابية" و يرى "p. John" أن الديمقراطية تعني: "المساواة السياسية بمعنى المشاركة في إصدار القرارات السياسية و في الرقابة على القرارات الحكومية".(1)

أما "جمال علي زهران" فيعرفها بأنها: "أسلوب للحياة و نظام يقوم على قناعة كاملة من مواطني المجتمع البشري، بقيمة الديمقراطية فكرا وممارسة، و قناعة كاملة بالمباديء الأساسية من حرية ومساواة وعدالة، و أن السيادة للشعب دون سواه ، كما أن هذه المباديء تستلزم أليات معينة تجسد المبدأ إلى واقع حي ، متجدد كتعدد الأحزاب والأفكار وكل من شأنه تحقيق سيادة الشعب و مصلحته العامة"(2)

ج- التعريف الإجرائي: إن الديمقراطية كنظام حكم سياسي ، تقوم على أساس مشاركة الشعب عن طريق ممارسة لحق الانتخاب ، وكذا التمثيل الشعبي ، إضافة إلى ما يسمى بالديمقراطيات الإجتماعية ، في مشاركة الشباب في كامل الفعاليات والأنشطة السياسية التي ينظمها ، ويقوم بها حزب جبهة القوى الاشتراكية.

1-محمد سليم محمد عزوي، نظرات حول الديمقراطية، (د-ط) ، دار وائل للطباعة و النشر، عمان، 2000، ص ص ، 9 ، 12
2- جمال علي زهران، الأصول الديمقراطية و الإصلاح السياسي ، ط 1 ، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2005، ص 36

9- الدراسات السابقة:

تعذر علينا إيجاد دراسات ، تتناول دور العلاقات العامة بالأحزاب السياسية ، في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ، لذلك إرتأينا تقسيم هذه الدراسات إلى صنفين: صنف يتناول العلاقات العامة بالأحزاب السياسية ، وصنف يتناول المشاركة السياسية.

1-الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة بالأحزاب السياسية:

الدراسة الأولى: دراسة "لقوي بوخميس": تحت عنوان "العلاقات العامة في الحزب السياسي"-المكتب الولائي لحزب التحرير الوطني بسكيكدة- أنموذجا- وهي عبارة عن رسالة لنيل شهادة الماجستير ، في علم الاجتماع تخصص علم إجتماع الإتصال والعلاقات جامعة محمد خيضر 2012، وقد إنطلق في دراسة من الإشكالية التالية:

حول مدى مساهمة العلاقات العامة كثقافة ، وممارسة في تحقيق أهداف حزب جبهة التحرير الوطني ، وقد إعتمدالباحث في دراسته على منهج المسح بالعينة ، بغية تفصي العلاقات القائمة بين أبعاد الدراسة ، والإجابة على الأسئلة المطروحة وتحقيق الأهداف التي يتم وصفها في هذه الدراسة ، أما أدوات جمع البيانات فتمثلت في الإستمارة ، في إستخدام إستمارتين،الأولى خاصة بأسئلة الحقائق ، والأخرى للجمهور الخارجي ، والأخرى للجمهور الخارجي ،وقد صنفها إلى أسئلة إيجابية ، وأخرى سلبية ، بالإضافة إلى إعتماده على المقابلة ، بهدف جمع المعلومات ، عند مقابلته لبعض القائمين على شؤون الحزب بالمكتب الولائي ، لحزب جبهة التحرير الوطني بسكيكدة.

أما عينة الدراسة ، فقد تطلب إختيار عينتين مختلفتين: العينة الأولى كانت خاصة بالجمهور الداخلي للحزب ، من خلال استخدامه للعينة العرضية ، أماعينة الجمهور الخارجي ، فكان حجمها 101 مفردة ، وقد إعتد على العينة القصدية ، مجموع العينتين هو: 137 مفردة.

و من النتائج المتوصل ، إليها في هذه الدراسة هي:

1-إن ضعف الخطاب السياسي للحزب ، وعدم إهتمامه بقضايا و تطلعات الجماهير يضعف من ثقتهم.

- 2- إن التقصير في العمل الإتصالي الحزبي ، من حيث الوسائل و الأنشطة ، يعيق الحزب على الإنتشار والتوسع ، ومن تغطية قطاعات واسعة من الجماهير وكسب ثقتهم.
- 3- إن ضعف الخطاب السياسي ، وعدم إهتمامه بقضايا و تطلعات الجماهير، يضعف من ثقة الجماهير في الحزب ، ويرسم في الغالب صورة غير مرغوبة عن الحزب لديهم.
- 4- إن عدم الإهتمام بإنشغالات ومشاكل المواطنين في سياسات الحزب، وموافقة ، وبرامجه تخلف صورة سيئة ، وغير مرغوبة عن الحزب داخل الجماهير.

الدراسة الثانية: دراسة "إيدير شيباني" تحت عنوان "واقع العلاقات العامة في الأحزاب السياسية" ، بكلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بيسكرة، 2012

وقد إنطلقت الباحث من الإشكالية التالية: حول واقع العلاقات العامة بالأحزاب السياسية الجزائرية.

هذه الدراسة ، كانت تدور حول مدى وجود تنظيم العلاقات العامة ، داخل الأحزاب السياسية الجزائرية ، وعن أهم الأنشطة الإتصالية التي يستخدمها الحزب ، في حال غياب تنظيم للعلاقات العامة ، وكذا معوقات الإتصال لدى الأحزاب السياسية الجزائرية. إتمد الباحث على منهج المسح ، كونه يدخل في الدراسات الوصفية، وهو الملائم لهذا الموضوع، أما العينة فتمثلت في العينة القصدية، ممثلة في ثلاثة أحزاب جزائرية و هي: حزب جبهة التحرير الوطني، حزب حركة النهضة، حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية.

أما الأدوات المستخدمة ، فتمثلت في إستمارة الإستبيان والمقابلة، ومن النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة هي:

- 1- يتفق كل من حزب جبهة التحرير الوطني ، والتجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية أن نوع الإتصال في الحزب ، هو إتصال صاعد من القاعدة إلى القمة ، بنسب متقاربة **79%** و **58%** على التوالي ، في حين أن حركة النهضة ، فترى أن نوع الإتصال ، فيما إنما هو إتصال نازل من القمة للقاعدة وذلك بنسبة **59%**.

2- تتفق كل من حركة النهضة وجبهة التحرير الوطني ، على أن مصدر المعلومات هو المسؤول المباشر، وذلك بنسبة متقاربة بـ 65% و 58% على التوالي: في حين يختلف حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية ، فلم يفصل في المسألة، فيرى أن مصدر المعلومة ، تستمد من المكلف بالإتصال ، وكذا المسؤول المباشر.

3- بالرغم من اعتماد الأحزاب السياسية ، على إستخدام أنماط إتصالية عديدة، مع جماهيرها سواء كانت داخلية أو خارجية، إلا أن هذه الأخيرة يغيب عن هيكلتها تنظيم أجهاز خاص بالعلاقات العامة، حيث تسعى الأحزاب السياسية الجزائرية ، لتدارك غياب العلاقات العامة فيها بالإعتماد على أنشطة إتصالية بديلة ، تتمثل أساسا في خلية الإتصال.

وأن دور هذه الأخيرة يعد محدودا جدا ، لا يعوض الدور الذي من الممكن أن تؤديه مديرية العلاقات العامة ، كتنظيم في المؤسسة الجزئية الجزائرية.

2- الدراسات المتعلقة بالمشاركة السياسية :

الدراسة الأولى، للطالبة "منصوري فاطمة الزهراء" تحت عنوان "دور الإتصال السياسي في المشاركة الإنتخابية"-دراسة حالة الحملة الإنتخابية لحزب التجمع الوطني الديمقراطي خلال تشريعات 2012-مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية و العلاقات الدولية تخصص: سياسة عامة و إدارة عامة،كلية الحقوق العلوم السياسية ، قسم العلوم السياسيةجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014

و قد إنطلقت الطالبة من الإشكالية التالية، حول مدى مساهمة الإتصال السياسي ، في تفعيل المشاركة الإنتخابية ، وإعتمدت في دراستها، على عدة مناهج وهي: المنهج الوصفي الذي يقوم بدراسة و سرد الوقائع الراهنة ، من حيث خصائصها وعلاقاتها ، والعوامل المؤثرة فيها ومنهج دراسة حالة ، الذي يتجه نحو التعمق في دراسة حالة واحدة، وجمع المعلومات و البيانات عنها ، بالإضافة إلى منهج تحليل المضمون ، الذي يقوم على تحليل الخطابات المتعلقة بالحملة الإنتخابية، والقوانين الخاصة بالإنتخابات.

أما أدوات الدراسة، التي إعتمدت عليها الطالبة ، فتمثلت في المقابلة ، لجمع المعلومات والبيانات ، من مترشحي التجمع الوطني الديمقراطي ، بالإضافة إلى الملاحظة.

ومن النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

1- الإتصال السياسي ، يعني بمفهومه الواسع ذلك النشاط السياسي الموجه ، الذي يقوم به الفاعلون السياسيون أو الإعلاميون ، وحتى عامة أفراد الشعب ، فهو يعكس أهدافا سياسية محددة، ولا يتم إلا من خلال توفر عناصر الإتصال، بصفة عامة ، من مرسل ومستقبل ورسالة وقناة، ورجع للصدى

2- إن المشاركة الإنتخابية ، هي أهم مستويات المشاركة السياسية، وتعني العملية التي تقوم يقوم بها الأفراد من خلالها ، بالتصويت وإختيار الحكام ، أو من ينوبون عنهم في المجالس المنتخبة ، هذه العملية تتم وفق شروط وقوانين ، ينظمها قانون إنتخابي ، يختلف باختلاف ظروف الدول و نظامها السياسي.

3- تبرز العلاقة بين الإتصال السياسي والمشاركة الإنتخابية ، بصورة جلية، خلال فترة الحملات الإنتخابية ، التي تظهر مختلف آليات الإتصال السياسي ، كالتسويق السياسي والدعاية الإنتخابية ، التي تتضمن وسائل وأساليب عديدة من شأنها ، التأثير في المشاركة الإنتخابية، ونشير إلى أن هناك وسيط ، في هذه العلاقة يكمن في وسائل الإعلام

4- فيما يخص نسبة المشاركة في تشريعات 2012، التي كانت 14,43%، وهي نسبة هزيلة، مقارنة مع الإمكانيات المسخرة من قبل الدولة ، في مجال الدعاية ، وهذا يبين بأن البرامج الإنتخابية ، مهما كان حجمها و نوعيتها ، وضخامة الوسائل المستخدمة فيها ، لا تساهم بشكل كبير، في تفعيل المشاركة الإنتخابية ، وذلك يرجع حسب المحللين أن الناخب الجزائري ، لا يثق بالمرشحين سواء ، كانوا أحرارا ، أو ضمن الأحزاب.

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة

المبحث الثالث: أهمية العلاقات العامة

المبحث الرابع: أنواع العلاقات العامة

المبحث الخامس: وظائف العلاقات العامة

المبحث السادس: عوامل نجاح العلاقات العامة

خلاصة الفصل

تمهيد للفصل:

تكتسي العلاقات العامة أهمية قصوى، في أي تنظيم سواء كان تنظيماً سياسياً أو إجتماعياً أو إقتصادياً ، إذ أنها تقوم على أساس تحقيق الفهم المشترك بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي ، وكذا الثقة المتبادلة بينهما ، إذ تعتبر وظيفة إدارية ، تعمل على تنفيذ نشاطات المنظمة وعملياتها المختلفة ، سواء على المدى القريب ، أو البعيد فهي القلب النابض لأي تنظيم، من خلال قيامها بعمليات التخطيط والتنظيم ، التنسيق التوجيه الرقابة فهي ليست نشاطاً عشوائياً ، يتجسد من العدم إذ يتطلب وضع إستراتيجية عمل محكمة واضحة المعالم لها ملامح تلتمسها في الواقع المعاش ،وهي تعطي أهمية كبيرة للعلاقات الإنسانية، إذ تعمل على رسم السياسات والإستراتيجيات والسير بها ، نحو تحقيق أهداف المنظمة ، وهذا ما سنكتشفه في هذا الفصل الموسوم

بماهية العلاقات العامة من خلال مباحثه حول مفهوم العلاقات العامة ونشأتها بالإضافة إلى أهمية العلاقات العامة وأنواعها ووظائفها و عوامل نجاحها.

المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة (Relation publique)

أُلغة: البناء اللغوي ، للكلمة يتكون من "علاقات"، والتي تعني جملة الصلات والإتصالات كما تعني تبعية شيء لما يتحكم به ، رابطة بين شخصين أو شيئين ، أي مجموع الصلات والروابط بين الجانبين (علاقة الأستاذ / الطالب، علاقة مؤسسة / بينتها وهذا يعني وجود نوع من التأثير المتبادل ، و المشاركة و التواصل ، مما يقودنا إلى مفهوم التفاعل لأنه لا يمكن تصور حدوث تفاعل بين طرفين ، دون وجود علاقة .

أما " العامة " معناها مجموعة من الأفراد، الذين يتفاعلون فيما بينهم ، من خلال علاقات التأثير و التأثير ، وتتسم بطابع مميز ، و تنمو بين أفرادها مجموعة من الشعارات الرموز وتوجد بينهم مصالح متشابهة ، وتربط بينهم روابط معينة ، وكلما ازدادت هذه الروابط وتوثقت كانت الجماعة أكثر تجانسا (1)

ب-إصطلاحا : هناك عدة تعاريف للعلاقات العامة ، حتى أنها وصلت إلى خمس مئة تعريف ونذكر من أهمها :

1-تعريف العلاقات العامة من طرف الجمعية المهنية لمستشاري العلاقات العامة بأنها "هي التي يبذلها فريق ما ، لإقامة العلاقات الطيبة ، وإستمرارها بين أعضائها، وبين مختلف قطاعات الرأي العام" (2)

2-ويعرفها"قاموس وبستر الدولي"علأنها"مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو إتحادات أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الإجتماعي ، من أجل خلق علاقات جيدة و طيبة وسليمة، مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معهم ، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم ، والجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير مهمة دورها للمجتمع ، حتى تكتسب رضاه (3)

1- هشام بوخناف، وظيفة العلاقات العامة و انعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية- دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر-رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع ، تخصص علاقات عامة ، كلية الأدب و العلوم الإجتماعية و السياسية قسم علم الإجتماع ، جامعة باجي مختار ، غنابة ، 2011 ، ص ص 19 ، 20

2- سميرحسين منصور ، منهاج العلاقات العامة،مرجع سبق ذكره ، ص 15

3-غريب سيد أحمد ، علم الإجتماع و الإعلام و الإتصال ، (د- ط) ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 1996 ، ص 111

3- وتعرفها موسوعة المعارف الأمريكية: "العلاقات العامة هي علم و فن ، إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية ، أي كما يدل على تشكيلها جوانب ذاتية ، حيث أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائي إلى آخر، ومتأثرة بمنهجه وإستعداده و طريقة إعدادها" (1)

4- ويعرفها ميثاق مهني العلاقات العامة الفرنسي : بأنها" غرض العلاقات العامة هو تحديد وضع سياسة دائمة للإتصال ، موجهة لتمكين المجموعة (المؤسسة) من إقامة علاقات ثقة ووفاء ، مع الجمهور الداخلي و الخارجي ، ووجود وإستمرار هذه المجموعة (المؤسسة) مرهون بهذه الجماهير ، والعلاقات العامة تشكل على هذا الأساس ، وظيفة أساسية من الوظائف ، و إدارة و تسيير المؤسسة". (2)

5-تعريف العلاقات العامة من وجهة نظر الإدارة : على أنها"وظيفة من وظائف العملية الإدارية ، المتمثلة في تقويم الإتجاهات العامة للإدارة ، نحو الآخرين ، فضلا عن موقف الآخرين ، من السياسات والأساليب الإدارية التي تضعها ، إذ أن هذه الوظيفة تستكمل وظائف الإدارة الخاصة ، بالتخطيط و التنظيم و التوجيه و الرقابة ، لبرامج العمل اللازمة لتفهم الجمهور المستهدف" (3)

6- ويعرفها المعهد البريطاني: بأنها "جهود مخططة و مرسومة ، يقصد منها لإقامة التفاهم المستمر بين المنظمة و جماهيرها " (4)

7- ويعرفها قاموس أكسفورد بأنها " الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجعة المتبادلة ، بين المنظمة و جمهورها الداخلي و الخارجي ، لتحقيق أهدافها و مراعاة القيم و المعايير الإجتماعية ، والقوانين و الأخلاق العامة " (5)

1- منير حجاب، الموسوعة الإعلامية ، المجلد الخامس ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2007 ، ص 1696
 2- يامين بودهان، "هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة" ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 4 ، جامعة بجاية 2016 ، ص 12
 3- طارق شريف يونس، إدارة العلاقات العامة مفاهيم و مبادئ و سياسات ، ط 1 ، دار إثراء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008
 ص 193
 4- أحمد عبد الفتاح أحمد ، العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية (أسس و مبادئ) ، ط 2 ، المكتب العلمي للكمبيوتر للنشر و التوزيع الإسكندرية ، 1997 ، ص 27.
 5- فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، (د- ط) ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2010 ، ص 2

8- أما إدوارد بيرين ، فقد عرف العلاقات العامة بأنها "محاولة كسب تأييد الرأي العام لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة ، وذلك عن طريق الإعلام و الإقناع و التكيف "

إذ أكد "بيرين" أهمية تشكيل الرأي العام بالواجهة ، التي يريد لها رجل العلاقات العامة ، لما له من تأثير على عمل العلاقات العامة"¹

9- عرف الفرنسي "ساليرون" العلاقات العامة بأنها " مجموعة من الوسائل التي تستخدمها المنظمة ، لخلق جو من الثقة لدى المواطنين و العمال، وفي البيئات التي هي على علاقة معها ، ومع الجمهور بشكل عام ، في سبيل مساندة نشاطها ، وتسهيل تطويرها ، وتنتهي إلى مجموعة متناسقة من العلاقات الإجتماعية ، يوحدتها النشاط الإقتصادي في جو من النزاهة والحقيقة"²

10- ويعرفها "محمود الجوهري" (رئيس جمعية العلاقات العامة العربية) بقوله " العلاقات العامة ، علم يدرس سلوك الأفراد و الجماعات ، دراسة علمية ، بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أساس التعاون و المحبة و الوعي ، ويهدف هذا العلم إلى رعاية العلاقات الإنسانية في المجتمع ، وكسب ود الجماهير التي تتعامل معها ، والتفاهم عملية متبادلة"³

ج- إجرائيا :أما مفهوم العلاقات العامة في الأحزاب السياسية فهي "فلسفة إجتماعية للأحزاب السياسية ، ولهذه الفلسفة مبادئ واضحة ، تحدد الإطار العام والإتجاهات وتتيح لها التوجه نحو الشباب ، بغية إستمالته و التأثير عليه ، من أجل المشاركة السياسية وذلك وفق خطوات مدروسة ، يمكن تجزئتها إلى خمسة أقسام وهي :البحث ، التنسيق التخطيط الإدارة ، الرقابة ، بإستعمال وسائل إتصالية متنوعة ومتعددة ، سواء كانت سمعية أو بصرية أو مكتوبة ، أو تكنولوجية"⁴

1-إدوارد بيرين وآخرون، العلاقات العامة فن، ترجمة : وديع فلسطيني خليف، ط2، دارالمعارف ، مؤسسة فرانكلين ،القاهرة ، 1959، ص11

2- جان شومبلي ، ديني هوبسان، العلاقات العامة ، ترجمة : فريد أنطوييس، (د-ط) ، منشورات عويدان، بيروت، 1970، ص 17

3- محمود محمد الجوهري ،العلاقات العامة بين الإدارة و الإعلام،(د-ط) ، مكتبة الأنجلومصرية ، القاهرة ، 1968 ، ص 9

4- سعاد راغب الخطيب ،مبادئ العلاقات العامة ، (د-ط)، دار البلدية ناشرون وموزعون ، عمان ، 2009 ، ص 95

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة

العلاقات العامة نشاط قديم ، قدم البشر مارسه الإنسان منذ العصور القديمة ، كوسيلة لتحقيق التفاهم مع باقي أفراد المجتمع ، الذي يعيش فيه ، وعلى مر التاريخ وقف القادة والزعماء على مدى أهمية التأثير على الرأي العام للجمهور ، من خلال إقناعهم بأفكارهم وأرائهم فقد كان أهل العراق قبل حوالي 1800 عام قبل الميلاد ، ينقشون نشراتهم على الحجارة حتى يطلع المزارعون عليها ، وتعلم آخر وسائل البذر و الحصاد.¹

وبعد ذلك أتى اليونانيون ، فكان لزعمائهم وقاداتهم القدرة على الخطابة و إقناع الجمهور بأرائهم و أفكارهم ، عن طريق الخطابة و المناقشات الحرة ، التي كان يساهم فيها جميع المواطنين ، كذلك إستمر الرومان بنفس الأسلوب ، حيث كان القادة يتولون إقناع الجمهور عن طريق الخطابة و غيرها ، بهدف اختيارهم ممثلين للشعب في البرلمان آنذاك.

أما عند قدماء المصريين ، فقد كانت النقوش في المعابد ، تزخر بالانتصارات الحربية للحكام ، و في أوقات السلم ، كان الإعلام يوجه إلى الأغراض الدينية والاجتماعية.

وفي القرون الوسطى لعبت العلاقات العامة دورا أساسيا ، خاصة في شؤون الدعوى الدينية وإستطاعت الحضارة الإسلامية تطوير ممارستها.

أما العلاقات العامة في العصر الحديث ، فيمكن القول بأنها نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية ، في بداية القرن العشرين على يد رائدها "Ivy lee" ، الذي بدأ حياته بالعمل مراسلا صحفيا عام 1903 ، وساهم في وضع مبادئ العلاقات العامة ، وربطها بالنزعة الإنسانية ، حيث كان يحاول أن يفسر خدمات المنشأة ، إلى جماهيرها المختلفة ، من الزاوية

الصحيحة والإقتصادية والاجتماعية ، حيث ظل متأثرا بالمسؤولية الاجتماعية ، وأخذ رغبات الرأي العام وإتجاهاته.²

1-أحمد محفوظ جودة ، إدارة العلاقات العامة ، مفاهيم و ممارسات ، (د-ط) ، مؤسسة زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، 1997 ، ص18
2- محمد جاسم فليح الموسوي ، "العلاقات العامة في المكتبات و مراكز المعلومات" ، المجلة الأكاديمية في الدنمارك ، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 29 ، 2001 ، ص 77

وأسهمت الحرب العالمية الثانية، في تطور العلاقات العامة ، وإزدياد الحاجة إليها فوصفت الأنشطة الإعلامية الموجودة ، التي تمت أثناء الحرب العالمية الثانية ، بأنها أضخم تجربة في تاريخ العلاقات العامة ، نظرا للحاجة الماسة للتواصل مع الجمهور آنذاك. والملاحظ لتطور العلاقات العامة ، يدرك أنها تطورت ومازالت تتطور بإستمرار، في مجتمع نشأتها الأصلي، ويرجع ذلك إلى أن نشأتها كانت لحاجة علاجية ، بينما الأمر مختلف في الدول التي لم تتطور فيها ، ففي الوطن العربي ، مازالت العلاقات العامة متخمة بعدد كبير من المشكلات ، و ظلت تواجهها العديد من المعوقات ، لأن بدايتها في الوطن العربي ، كانت بدايات تقليدية، إذ عرفت بأنها علم يدرس في الجامعات و المعاهد، لهذا بقيت النظرة للعلاقات العامة ، قاصرة القيم الإيجابية لها ، والتي تنحصر بالقيم البنائية فقط ، دون الإهتمام بقيمتها التصحيحية .¹

1- محمد جاسم فليح الموسوي، "العلاقات العامة في المكتبات و مراكز المعلومات"، نفس المرجع السابق، ص 78

المبحث الثالث : أهمية العلاقات العامة

تمثل العلاقات العامة أحد العلاقات الوظيفية ، التي ظهرت وحققت قبولاً إدارياً ، داخل المؤسسة ، ويمكن توضيح أهمية العلاقات العامة فيما يلي :

1- كسب رضا الجمهور و تأييده ، لتحقيق مصالح مشتركة ، وخاصة الحكومات ، التي تستمد قدرتها على الإستمرار ، في ممارسة سلطاتها على تأييد الشعب .

2- إتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج ، وتعاضم النفقات ، مع وجود منافسة حادة هدفها جذب أكبر عدد من المستهلكين.

3- الإهتمام المتزايد بالمجتمع و مصالح أفراده ، وذلك بالرقابة على أسعار الغذاء أو السلع و الخدمات ، وصلاحياتها للإستعمال .

4- تعاضم قوة الرأي العام و إنتشار الديمقراطية ، وإزدياد ثقافة الجمهور ، مما تطلب إتصال الدولة ، ومؤسسات الأعمال بجمهورها.

5- التواصل مع كافة شرائح المجتمع ، وهذا بإطلاعهم بكل الأنشطة ، والسياسات الموجهة لخدمته ، والتي تهدف إلى تأمين السعادة و الرفاهية له.

6- تلبية إحتياجات الجمهور الداخلي من الموظفين و العمال ، وربطهم بالمنشأة ، وحببهم فيها ، ويزيد من إخلاصهم و ولائهم لها¹

7- تنمية الإتصالات وتكوين الآراء ، حول السلع التي تنتجها المؤسسة

8- تقوم العلاقات العامة في المنظمات الحكومية ، بتحسين العلاقات بين الحكومة والوزارة والجمهور لتنمية الشعور بالمسؤولية لدى الموظفين، وبالتالي تحويلهم إلى جمهور إيجابي.²

1- علي عبودي ، نعمة الجبوري ، إدارة العلاقات العامة بين الإبتكار والتطبيق ، (د- ط)، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص ص 22-23

2- محمود محمد الجوهري ، الإتجاهات الجديدة في العلاقات العامة ، ط1، مكتبة الانجلو المصرية ، 1971، ص21

المبحث الرابع: أنواع العلاقات العامة

توجد معايير عديدة لتقسيم العلاقات العامة، إلا أننا إختارنا التقسيم الذي يتم وفق مجالات التطبيق و وفق الجمهور.

تجدر الإشارة ، إلى إننا سنتطرق إلى أهم مجالات التطبيق ، وليس كلها وأهمها :

أ-العلاقات العامة في المؤسسات التجارية : وهي تتمثل في علاقة المنتج مع كل الموارد والمستهلك ، وكذلك العلاقات بين أقسام المؤسسة التجارية المختلفة، والعلاقات في الأسواق و التجارة ، ولا تعن القدرة و المهارة ، ولا تعنى فقط الأدب في المعاملة ، وإنما تعني الخدمة الحقيقية للعميل ، القائمة على العلاقة المتبادلة المفعمة بالأمانة والصدق ، وحتى يصبح رضا العميل عن المؤسسة ، وثقته فيها ناتجة عن إقتناع⁽¹⁾.

حيث تساعد العلاقات العامة ،عملية التسويق بغرس إتجاهات الزبائن الإيجابية ، نحو المؤسسة و تساعد بتشجيع قيام علاقات إيجابية بين الموظفين والإدارة، والعمل واسطة بين المؤسسة، والمشرعين الحكوميين،و تقوم بتأكيد الصورة الإيجابية لمؤسسة ،في مجتمعنا.²

ب-العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية : لما كانت ثقة الجماهير في المؤسسات الصناعية ، هي الداعمة للنجاح و الازدهار والتقدم ، وهذه الثقة تتمثل في مؤازرة هذه الجماهير،ولما كانت الأجهزة الإدارية المسؤولة عن المؤسسات الصناعية ، تهتم بمعرفة مواقف الجماهير،ليست فقط من السلع التي تنتجها، ولكن منها أيضا ككيان يؤدي إلى خدمة المجتمع ، ولهذا أصبح المسؤولين عن هذه المؤسسات الصناعية،في الكثير من المجتمعات الحديثة ، وخاصة المتقدمة منها ، يؤمنون بضرورة وجود جهاز³

1-صالح خليل أبو أصبع،العلاقات العامة و الاتصال الإنساني،(د-ط) ، دار الشروق للنشر و التوزيع،عمان الأردن،1998، ص104
2- محمد عبدالفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ، (د- ط) ،المعهد العالي للخدمة الاجتماعية ، الإسكندرية ،1994، ص 190
3- زاكية العمراوي ، العلاقات العامة الصناعية الجزئية ، (د-ط) ، قسم علم اجتماع الديمغرافيا ، جامعة قسنطينة ، 2003، ص78

متخصص ومسؤول عن رعاية ثقة الجماهير ، ودعمها والمحافظة عليها ، أي بضرورة وجود جهاز العلاقات العامة ، إلى جانب الأجهزة الأخرى ، المتخصصة في مجالات الإنتاج والمبيعات و الحسابات ، ويصبح هذا الجهاز مسؤولا عن خلق الثقة مع الجماهير ودعمها والمحافظة عليها ، مما يجعل المناخ الذي تمارس فيه المؤسسة ، نشاطها أكثر ملائمة (1)

ج-العلاقات العامة في المؤسسات المالية: ويقصد بها البنوك بجميع أنواعها و الثقة بالنسبة لها أمر حيوي و بالغ الحساسية ، لأنها لا توفر سلعة مادية ، ولكنها تقدم خدمة ، ورغم أن الخدمة التي تقدمها البنوك إلى العملاء واحدة ، إلا أنها تختلف في الكيفية التي تقدمها إلى عملائها ، وذلك فإن نجاحها يتوقف أساسا ، على كيفية هذه الخدمة ، والتي تعتمد بدورها إعتقادا بالغا على العامل الإنساني .

وتتعدد الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة ، وتتنوع لخدمة المؤسسات المالية وتستخدم في ذلك كل الأسس العلمية ، التي تجعل منها أداة فعالة لصالح هذه المؤسسات ، من ناحية ولصالح مجتمعاتها من جهة أخرى.

د-العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية: يقصد بالمؤسسة الاجتماعية ، تلك المؤسسات التي لا تستهدف الربح فيها تقوم به ، من أجل المجتمع المحلي من خدمات مثل: مؤسسات رعاية الأحداث ، والمعوقين ومشوهي الحرب والجمعيات الدينية وجمعيات الكشافة² لاشك أن حاجة هذه المؤسسات ، إلى تأييد المجتمع المحلي ، ومساندته المادية والمعنوية تعتبر ضرورة حيوية لنجاحها ، وإستمرارها في تأدية خدماتها

وتهدف العلاقات العامة ، في مثل هذه المؤسسات على تكوين صورة مشرقة عنها وزرع الثقة بها ، والحصول على تبرعات لها و دعمها من قبل الجمهور ، وحث الناس على التطوع بأنشطتها.³

1- زاكية العمراوي ، العلاقات العامة الصناعية الجزائرية، نفس المرجع السابق ، ص 78

2- منال طلعت محمود ،العلاقات العامة بين النظرى و التطبيق،(د-ط)، المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ،2002 ، ص 32

3- صالح خليل أبو أصبع ،العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، مرجع سبق ذكره ، ص 105

هـ- العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية: إذ كانت الوسائل الإعلامية ، تعتبر من الوسائل المهمة للعلاقات الحديثة ، فإنه يبقى أن يكون معروفا أيضا فيها ، العلاقات العامة في المجتمع الحديث.¹

فحاجة العلاقات العامة إلى هذه الوسائل ، لا يقل عن حاجة هذه الوسائل للعلاقات العامة ذلك، إن هذه الوسائل تربط مصالحها بها، ويهملها أن تحافظ على ثقافتها ، ومساندتها المادية والمعنوية ، حتى يتوفر لها المناخ لتأدية رسالتها في المجتمع الحديث.

و- العلاقات العامة في المجال السياسي والحكومي: تعتبر السياسة من رواد الأوائل ، في الاستفادة من فنون العلاقات العامة ، والعلاقات العامة السياسة، أقرب أنواع العلاقات العامة إستخداما في المؤتمرات الدولية وأعد ميادين التخصص ، هي علاقات العامة الدولية لإهتمامها بإقامة الصداقة و المودة و التفاهم ، بين الشعوب الدول الأجنبية.²

لقد أصبح رجال العلاقات العامة ، أشخاصا لا غنى عنهم في السياسة ، في العصر الحديث بأشخاص ملازمين لرجال السياسة ، في حركاتهم و سكناتهم و يبرمجون الخطب ويكتبون الرسائل الصحفية ، ويعملون كحلقة وصل بين رجال السياسة و بين الجماهير ويحملون عنهم آرائهم و طموحاتهم السياسة.³

1- زاكية العمراوي ، مرجع سبق ذكره ، ص 79

2- محمد محمود الجوهري، العلاقات العامة بين الإدارة و الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 22

3- جميل أحمد خيضر، العلاقات العامة، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 1998، ص 108

المبحث الخامس: وظائف العلاقات العامة

إن وظيفة العلاقات العامة ، لم تلق الاهتمام الكافي ، إلا في النصف الثاني من القرن الماضي فقبل ذلك كانت تمارس على أساس المهارة ، وعلى أساس أنها فن ، يؤثر في الجماهير، أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة و وظيفته إدارية ، يقوم بها متخصصون في ذلك المجال ، ومن أهم وظائف العلاقات العامة نذكر ما يلي :

1- البحث: هو من أهم وظائف القائم على العلاقات العامة ، إجراء الدراسات المرتبطة بقياس الاتجاهات والرأي العام ، المتعلقة بالجمهور عموما ، الذي يتعامل مع المنظمة وهذه الوظيفة تهتم بدراسة الآراء و الميولات ، ومختلف المتطلبات التي تقدمها المنظمة .

2- التخطيط : تعتبر عملية التخطيط ، من أهم عمليات التي تقوم بها المؤسسات و مختلف الهيئات الإدارية الحديثة ، حيث تقوم برسم السياسات و الإستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى، إضافة إلى رسم البرامج الإعلامية ، التي تهدف إلى تعريف و ترويج و تسويق المنتجات التي تنتجها.(1)

3-التنسيق:يقوم خبراء العلاقات العامة بالتنسيق المستمر ، سواء بين وحدات التنظيمية داخل المؤسسة ذاتها ، أو بين خبراء العلاقات العامة و الجمهور الخارجي،أو بين الجمهور الداخلي و الخارجي، يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها وتطبيق سياستها العامة.

4-الإدارة : تتلخص هذه الوظيفة ، في مساعدة الوحدات الإدارية و الأقسام داخل المؤسسة، على أداء وظائفها إتجاه جمهورها ، نحو المؤسسة ذاتها من خلال تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة ، والكافية لها(2) فهي مثلا: تساعد إدارة شؤون العاملين في إختيار الموظفين و العمال ، وتدريبهم والنظر في وسائل تشجيعهم و ترقيةهم و حل مشاكلهم.(3)

1- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة بين المبادئ و التطبيق، (د-ط) ، دار الجامعة ، مصر ، 2003 ، ص 12
2- عبد الله محمد عبد الرحمان ، سوسيولوجيا الإتصال و الإعلام ، (د-ط)، دار المعارف الجامعية ، مصر، 2002 ، ص ، 297 ، 203
3- محمد طلعت عيسى ، العلاقات العامة كأداة للتنمية ، (د-ط) ، دار المعارف ، مصر ، 1970 ، ص 64

5- الإنتاج: تقوم العلاقات العامة، بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة ، وغير مباشرة ، إضافة إلى الوظائف السابقة، فهي تعمل على زيادة الإنتاج و تسويقه ، ومعرفة البيانات اللازمة ، من مصادر الإنتاج

كما تقوم العلاقات العامة ، كقسم كتخصص بتنظيم الحملات الإعلامية ، والإتصال بوسائل الإتصال المختلفة ، والمساهمة في إعداد النشرات المتعلقة بعمليات الإنتاج وأهداف المؤسسة ، وتنظيم الزيارات والأبواب المفتوحة و الندوات و المؤتمرات.(1)

المبحث السادس: عوامل نجاح العلاقات العامة

تقوم العلاقات العامة، بتعزيز المسؤولية الإجتماعية بين جماهير المؤسسة ، مما يؤدي إلى تعاون أفراد المجتمع و التنظيمات الإجتماعية للتصدي للعقبات، ومن هنا تظهر العوامل التي تؤدي إلى نجاح العلاقات العامة ، في المنظمات في تحقيق الأهداف المتمثلة فيما يلي : (2)

1- تبدأ العلاقات العامة في داخل المؤسسة التي تعمل بها : إن التفاهم المتبادل بين المؤسسة و المنظمة و جمهورها الداخلي ، يعد أساس نجاح العلاقات العامة ، إذ يجب على العلاقات العامة ، قبل البدء في تحسين علاقاتها ، وإنشاء الصلات مع الجمهور الخارجي، أن تقوم بتحسين هذه العلاقات مع الجمهور الداخلي .

2- انتهاج الصدق و إتباع الأسلوب العلمي الدقيق : على المنظمة أن تتبع أسلوب الصدق و الأمانة ، و أن تلتزم بالعدالة، في جميع ما تقوم به من أعمال و وظائف ، فالحقيقة هي أفضل وسائل الإعلام بالنسبة للمنشأة ، كما يجب على موظفي العلاقات العامة في المنظمة أن يلتزموا بالقيم الأخلاقية ، والأساليب الدقيقة في بحوثهم و تقييماتهم.³

1- عبد الله محمد عبد الرحمان ، العلاقات العامة بين المبادئ و التطبيق ، مرجع سبق ذكره ، ص 303.
2- جودة محفوظ أحمد ، العلاقات العامة ، ط1، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، 2003 ، ص، ص 37، 38
3- خليل أبوأصبع صالح ، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، مرجع سبق ذكره ، ص180

3- عدم إتباع سياسة إخفاء الحقائق : إن الأسلوب الصحيح في العلاقات العامة هو الإعلام و الإفصاح ، وليس إخفاء الحقائق أو تحويلها ، وهوما يهتم الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك لأن إخفاء هذه الحقائق ، من شأنه أن يولد عدم الثقة ، بين المؤسسة و جماهيرها

4-مساهمة المؤسسة أو المنظمة في رفاهية المجتمع: تعد أهداف المنظمات أو المؤسسات محصورة في تحقيق الكسب المادي ، بل أصبحت رفاهية المجتمع ، وتحقيق النفع للأفراد من أهم هذه الأهداف .

5- نشر الوعي بين جماهير المنظمة أو المؤسسة: يعتبر توجيه الرأي العام أفضل طرق التعاون مع السياسة العامة للمجتمع ، لكسب ثقته و تأييده من أهم أهداف العلاقات العامة. وتوضيح السياسة ، وخطط تنميتها ودور المؤسسة أو المنظمة فيها ، من شأنه أن يسمح في تعزيز دور المنظمة في المجتمع.

6-كسب ثقة الجمهور: لا يمكن ان تعتبر أنشطة المؤسسة أو المنظمة ناجحة ، إلا إذا رضي الجمهور عنها ، لذا فمن الواجب تدريب الجمهور الداخلي للمنظمة ، حتى يقوموا بواجبهم لكسب ثقة الجمهور الخارجي ، من خلال أدائهم لعملهم ، وإحترامهم لهذا الجمهور.¹

1- خليل أبو أصعب صالح ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني ، نفس المرجع السابق ، ص 180

خلاصة الفصل

نستخلص في الأخير أن العلاقات العامة ، هي وظيفة إدارية استشارية داخل المنظمة تعمل على تحقيق المصلحة العامة للجميع ، سواء للجمهور الداخلي أو الخارجي للمنظمة إذ تنطوي على عدة وظائف تتمثل في: التخطيط و التنظيم والتنسيق والتوجيه والرقابة ، إذ تعد العمود الفقري ، لأية منظمة مهما كان نوعها ، سواء كانت اقتصادية أو إجتماعية ، أو ثقافية فهي تعمل على رقي وازدهار المجتمعات .

الفصل الثاني: ماهية الإتصال السياسي

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم الإتصال السياسي

المبحث الثاني: مستويات الإتصال السياسي

المبحث الثالث: عناصر الإتصال السياسي

المبحث الرابع: المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي

المبحث الخامس: وظائف الإتصال السياسي

المبحث السادس: العلاقة بين الإتصال والسياسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعد الإتصال السياسي عنصرا مكونا للديمقراطية ، ويسود الإعتقاد و لا يزال بأنه لا ديمقراطية، بدون الإتصال السياسي.

كما أنه يجب أن نع جيدا على الأقل ، في المستوى القيادي للأحزاب ، أن هناك نوعين من الجمهور، يهتم بهم الإتصال السياسي، في طرح القضايا السياسية و الآراء:

1- جمهور نخبوي تتأثر به ، وبطبيعة القضايا التي تشغله النخبة ، تؤثر في مضمون الإتصال السياسي.

2- جمهور عام يسهل التأثير عليه ، وأغلب تلك الجماهير، قد لا تكون لها ولاءات سياسية وغير مهتمة بالمواضيع السياسية ، ولا بالمشاركة السياسية.

وهذه إشكالية وظاهرة سياسية معقدة ، تعرفها جل البلدان النامية ، والمتمثلة في العزوف عن المشاركة في كل الأنشطة السياسية ، بما فيها الإستحقاقات الوطنية المهمة ، ومن هنا يتأتى الدور المحوري للإتصال السياسي ، لإعادة بناء العلاقة، وترميم ما أهدر بإعادة المواطن للإهتمام بالسياسة، والشأن العام.

و هذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني ، من دراستنا حول الإتصال السياسي ، من خلال مفهوم الإتصال السياسي ، ومستوياته ، والعناصر المكونة له ، والمداخل النظرية لدراسة الإتصال ، ووظائف الإتصال السياسي ، كذا العلاقة الموجودة بين الإتصال والسياسة.

المبحث الأول: مفهوم الإتصال السياسي

قبل التطرق إلى ماهية الإتصال السياسي، لا بد من التعرف إلى معنى الإتصال والسياسة بصفة عامة.

أ- لغة: كلمة الإتصال مشتقة من كلمة "**Communis**" ، والتي تعني عام و شائع وتعني في اللغة الفرنسية "**Commus**" والإنجليزية "**Common**" أي مشترك أو الإشتراك في الشيء ، فالإتصال عملية تساعد الناس في التماسك ، مع بعضهم البعض في وحدة متكاملة.(1)

أما السياسة ، يوحى إشتقاق كلمة سياسة في اللغة العربية، بأنها كلمة تتعلق بشأن من الشؤون الذي يعني جميع الناس، و كلمة السياسة في العربية مشتقة من كلمة " سوس " بمعنى الرياسة أو القيادة ، و هو إسم مشتق من الفعل " ساس " أو " يسوس " و " ساس الأمر سياسة " بمعنى قام به ، و منها جاءت مقولة "يسوس الناس" بمعنى يقودهم أو يحكمهم ، والسوس هو أيضا الطبع و الخلق ، و السياسة في الفكر العربي ، هي قيام بالأمر بما يصلحه ، و المقصود بالأمر هنا هو أمر الناس، فكلمة أمر كلمة شائعة الإستعمال في العربية ، بمعنى حكم و دولة ، أما كلمة سياسة ، باللاتينية أو الإنجليزية "**policy**" فمردها إلى الكلمة الإغريقية أو اليونانية "**policy**" وتعني الدولة أو المدينة أو مكان تجمع المواطنين.(2)

1- سلوى عثمان، هناء حافظ بدري، أبعاد العملية الإتصالية ، رؤية نظرية و عملية واقعية ،(د-ط) ، المكتب الجامعي الحديث،مصر ، 1999 ، ص 10
2- جمال سلامة علي ، أصول العلوم السياسية ، إقتراب واقعي من المفاهيم و المتغيرات،(د-ط) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 ، ص19

ب-إصطلاحاً : تنوعت تعاريف الإتصال السياسي ، من باحث إلى آخر ، و ذلك بإختلاف الإيديولوجيات الفكرية ، من باحث إلى آخر و من أهم هذه التعاريف :

1-تعريف " دينتون وودورو" Denton wedrou " حيث عرف الإتصال السياسي بأنه "علاقة لتبادل الآراء و الحجج أي أنالإتصال السياسي،يعني مناقشة عامة حول توزيع الموارد العامة ، والسلطة الرسمية و من يمتلكها ، ممن يمتلكون صلاحيات إصدار القرارات التشريعية و التنفيذية و المكنات الرسمية و العقوبات ، التي تقرها الدولة في شكل أو آخر".(1)

2- ويعرف " فولتون " Folton "الإتصال السياسي بأنه " مجال الذي تتبادل فيه الخطب المتناقضة للفاعلين الثلاث ، الذين لديهم مشروعية التعبير السياسي للعلن ، وهم السياسيون والصحفيون و الرأي العام".

3- أما " جون ماري كوتري " فإنه يضع تصورا نظريا ،ويمكن إعتبارا وظيفيا للإتصال السياسي ، فقد عرفه بأنه "تبادل المعلومات و الأفكار بين الحكام و المحكومين ، بوسائل رسمية و غير رسمية ، إما للوصول إلى السلطة أو لممارستها".(2)

4- عرف " جون ميدو " " John Medow "الإتصال السياسي بأنه "الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية ، على تشكيل مضمون الإتصال و كميته".

5- ويعرف الإتصال السياسي بأنه " الإتصال الموجه ، الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب، والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا السياسة ، وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام ، أو الحياة الخاصة للأفراد ، من خلال وسائل الإتصال المتعددة"

فهذا التعريف يتضمن عناصر أساسية ، يقوم عليها الإتصال السياسي ، وهي النشاط السياسي للقائم بالإتصال ، الهدف، والوسيلة.(3)

1- عبد الغفار رشاد القصيبي ، الإتصال السياسي و التحول الديمقراطي،(د-ط)، مكتبة الآداب ، القاهرة ، 2007، ص ص 23 ، 24
2- سعد آل سعود ، الإتصال السياسي ، (د- ط)، دار الكتاب الحديث ، الرياض ، 2010 ، ص 20
3- عبد النور ناجي ، المدخل إلى علم السياسة ، (د- ط) ، دار العلوم ، عنابة ، 2007 ، ص 61 .

6- كما يعرف الإتصال السياسي بأنه "إستخدام الرموز لنقل المعلومات والأفكار والمشاعر و المعلومات و الأوامر، ذات المغزى السياسي ، بين الأفراد و الجماعات داخل النظام السياسي ، وما يترتب على ذلك أيضا من إنتقال للقيم الإجتماعية ، وقواعد السلوك والنظم الإجتماعية ، سواء تم ذلك عن طريق علاقات المواجهة ، أو الأساليب الأخرى غير المباشرة"، وهذا التعريف يعتمد على عناصر التالية هي : الرسالة الإتصالية ، هدف سياسي الجهد المستهدف ، تأثير الإتصال ، أساليب الإتصال.(1)

7- و يعرف أيضا بأنه " العملية التفاعلية تكون من المؤسسات الحكومية ، تجاه المواطنين أفقيا، في الرابط بين الفاعلين السياسيين ، وأيضا مع الرأي العام ، تجاه السلطات الحكومية".(2)

ج-إجرائيا : من خلال التعاريف السابقة، يمكننا تعريف الإتصال السياسي بأنه : النشاط السياسي الموجب الذي يقوم به الفاعلون السياسيون ، سواء كانوا في السلطة أو خارجها أو الإعلاميون أو عامة الشعب ، والذي يعكس أهدافا سياسية محددة ، تتعلق بقضايا البيئة السياسية ، وتؤثر في عملية صنع القرار السياسي ، أو الرأي العام من خلال وسائل الإتصال المتعددة .

نستنتج أن الإتصال السياسي هو أداة سياسية ، تستخدم بصورة دائمة من قبل القائمين على الإتصال ، وكذلك القائمين على سياسة ، ويكمن مضمون الإتصال السياسي ، في ذلك النشاط الذي يحدث داخل العملية السياسية، سواء كان متعلقا بأعمال الحكومة أو ممارستها للسلطة ، داخل حدود الدولة و خارجها.(3) والمقصود بالإتصال السياسي في دراستنا الحالية ، تلك النشاطات أو الفعاليات التي تقوم بها حزب الأفافاس ، عن طريق العلاقات العامة، بهدف التأثير و إستمالة الشباب للمشاركة السياسية.

1- محمد بن مسعود البشر ، مقدمة في الإتصال السياسي ، ط 1 ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 1997 ، ص 16 ، 19 .
2 - pippa Nouris ، political communication، encyclopedia of the social sciences، harvard university ، usa ، 2004
p 5

3- عبد النورناجي ، المدخل إلى علم السياسة ، نفس المرجع السابق ، ص 61

المبحث الثاني: مستويات الإتصال السياسي

1- مستويات الإتصال السياسي حسب عدد المشاركين :

1- الإتصال الذاتي : وهو عملية شخصية بحتة تعني إيصال الفرد مع نفسه، ورغم أنه يمثل المستوى الأقل في تصنيفات الإتصال، فالإتصال مع الذات يلعب دورا ، تتطلب منه إستجابة ما.

و يؤكد "جورج ميد" على أن مفهوم الفرد لذاته، يولد من خلال الإستجابة لذاته ، من وجهة نظر الآخرين، فالفرد قد يتأثر ويتبين آراء وأفكار الجماعات ، والأحزاب السياسية والإجتماعية ، التي ترتبط بها.

2- الإتصال الشخصي: وهي العملية الإتصالية بين شخصين ، أو أكثر لوسائل شفوية وجسدية ، تساهم في إستحداث وبناء علاقات فيما بينهما ، و يتيح هذا النوع من الإتصال إمكانية التفاعل بين المرسل و المستقبل ، و بالتالي تكون فرصة تأثير المرسل أو القائم بالإتصال ، أكبر من خلال تعرفه المباشر على درجة تأثير الرسالة ، وقدرته على تعديلها وتوجيهها لتصبح أكثر فاعلية و إقناعا.(1)

3- الإتصال الجمعي : يحتل هذا النوع من الإتصال مكانا وسطا بين الإتصال الشخصي والجماهيري ، و يتميز بالتفاعل بين أعضائه ، ووحدة الإهتمام والمصلحة ، وإرتفاع مستوى الوعي بين أفراده ، و ذلك مثل لقاءات المرشحين السياسيين مع الدوائر الإنتخابية وهو ما يميز السلوك الجمعي ، مثل خطب "هتلر أدولف" التي كان يلقيها ، أمام حشد كبير من الناس.(2)

1- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، (د- ط) ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000 ، ص31
2- صالح خليل أبو أصبع ، الإتصال الجماهيري ، (د- ط) ، دارالشروق ، عمان ، 1990 ، ص 14

4-الإتصال الجماهيري : يقصد به الإتصال بوسائل الإعلام الجماهيرية، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل في آن واحد، و بسرعة فائقة إلى جمهور عريض، غير معروف لدى القائم بالإتصال ،من المتلقين المنتشرين ، وهم متباين الإتجاهات والمستويات ، وهذا النوع من الإتصال يرجع الصدى أو التغذية الرجعية المباشرة.(1)

2- مستويات الإتصال السياسي من حيث إتجاه الرسالة :

1-الإتصال الصاعد:وفي هذا المستوى تتجه الوسائل الإعلامية، من مستويات الأدنى إلى الأعلى ، حسب طبيعة التنظيم السياسي في المجتمع ، ويوفر هذا المستوى من الإتصال الكثير من المعلومات الضرورية ، والغير الضرورية للمستويات العليا ، ويستخدم هذا المستوى الإتصالي ، في التعرف على ردود الأفعال تجاه القرارات السياسية ، والتحري على إتجاهات الرأي العام.

2-الإتصال الهابط :وهو إتصال من الأعلى إلى الأسفل ، كالإتصال من رؤساء الأنظمة السياسية إلى وزراءهم و مرؤوسيهم ، أو من مستوى سياسي أعلى إلى مستوى سياسي أدنى و يعد هذا النوع من الإتصال الأكثر شيوعا ، و يتم من خلاله نقل القرارات الرسمية والتوجيهات و الأخبار و المعلومات ، من صانعي السياسة الرئيسيين إلى مرؤوسهم لتنفيذها و تعميمها على مختلف الجهات الأخرى الأدنى مستوى ، عبر تسلسل هرمي من القيادة هذا المستوى الإتصالي ، يعنى بكثير من الأنظمة الإتصالية السلطوية في العالم النامي عن وجه التحديد.2

1- حبيب ركان و آخرون ، مقدمة في وسائل الإتصال ، (د-ط) ، مكتبة دار زهران ، الرياض ، 2001 ، ص 79 .
2-عاطف العبد ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، (د-ط) ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2003 ، ص75

3- الإتصال الأفقي: ويكون هذا النوع من الإتصال بين المستويات ، التي تقع في نفس المستوى ، فالإتصال بين وزراء الحكومة هو إتصال أفقي ، والإتصال الشخصي بين أفراد الجمهور ، هو إتصال أفقي كذلك ، و يهدف الإتصال الأفقي إلى التعاون والتنسيق وتبادل الأخبار و المعلومات و الأفكار ، حول مختلف الموضوعات السياسية ، وحل المشكلات وتبادل وجهات النظر ، والخبرات بين مسؤولين من المستوى نفسه ، أو جماعات حزبية أو أفراد.

3- مستويات الإتصال السياسي حسب رسمية القنوات :

1-قنوات الإتصال الرسمية : يتم الإتصال الرسمي عادة في إطار تنظيم معين ، ويسير وفق أساليب ، وإجراءات وقواعد رسمية محددة وموثقة ورسمية ، وتسيير عادة المعلومات على مستوى الإتصال الرسمي ، بما يتماشى والتنظيم الرسمي للسلطات والإختصاصات والوظائف العامة للنظام السياسي، كما يمكن أن يسير الإتصال الرسمي من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى ، أو بشكل أفقي.

2-قنوات الإتصال غير الرسمية: الإتصال غير الرسمي لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين سياسية ثابتة و رسمية، كما هو الحال في الإتصال الرسمي ، ويتم غالبا عبر قنوات خارجة عن قنوات الرسمية متخطيا بذلك خطوط السلطة السياسية ، وهذا الإتصال غير رسمي ، قد يكون عبر جماعات داخل التنظيم، من خلال الإتصالات الشخصية واللقاءات الرسمية ، قد يشارك آخرون في العملية السياسية مثل: الجماعات المسلحة أو ما يسمى بجماعات الضغط ، غالبا ما تكون سرية وتعتمد على الإتصالات ، في إطار ما يسمى باللوبي ، ومن اشكال المستويات الإتصالية غير الرسمية ، الأحزاب السياسية وهي عبارة عن جماعات متحدة حول إيديولوجية ، أو عقيدة واضحة ، وتسعى إلى الوصول للسلطة إلى جانب هذه الأشكال الإتصالية ، تبرز الشائعات كأحد أهم وأخطر الأشكال الإتصالية غير الرسمية ، حيث تعد الشائعات من أسلحة الحرب النفسية ، وأداة من أدوات الدعاية الشائعات لا تتميز بالموضوعية والصدق والأمانة ، وهي أخذ على الغوص في أعماق الجماهير¹

1- عاطف العبد ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، نفس المرجع السابق ، ص ص 75 ، 76

عندما يفتقر الجمهور إلى الوسيلة التي تمده بالحقيقة ، لا تتميز بالموضوعية و الصدق والأمانة ، و هي أخذ على الغوص في أعماق الجماهير ، عندما يفتقر الجمهور إلى الوسيلة التي تمده بالحقيقة .(1)

المبحث الثالث: عناصر الإتصال السياسي

لا يمكن الحديث عن عناصر الإتصال السياسي ، دون التطرق إلى عناصر الإتصال ككل لأن عناصر الإتصال السياسي ، لا تختلف عن عناصر الإتصال في شكلها العام.

ولقد تباينت الآراء و اختلفت ، حول تحديد هذه العناصر ، فحددها البعض بثلاث عناصر والبعض الآخر حددها بأربع عناصر إلى غير ذلك ، ومن هذه العناصر هناك أربع عناصر أساسية تتمثل في : المرسل الرسالة ، الوسيلة ، المستقبل ، أما العناصر الأخرى فترتبط بقياس أثر العملية الاتصالية ، كعملية إجتماعية ، من إستحابة و تغذية عكسية أورجع الصدى و التفاعل.(2)

1- المرسل: وهو شخص أو مجموعة أشخاص ، وقد يكون الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين ، وهو الذي تصدر عنه الرسالة الإتصالية ، ومحتوياتها المختلفة ويمكن للمرسل إستخدام إشارات أو مفردات لغوية ، كلمات أو صور أو تعابير الوجه لتمكين المستقبل المقصود ، والمستهدف من فهم الهدف المطلوب ، من الرسالة.(3)

ويتعين على القائم بالإتصال التمتع بالمصداقية ، وكسب الثقة من قبل المستقبل ، والمرسل يقوم بوظيفتين هما : (4)

1- عاطف العبد ، نفس المرجع السابق ، ص76

2- ثروت مكي ، الإعلام و السياسة ، وسائل الإتصال والمشاركة السياسية ، (د- ط) ، دار الكتب للنشر و التوزيع والطباعة ، القاهرة ، 2005 ، ص 23

3- محمد بهجت ، الإتصال ووسائله في الخدمة الإجتماعية ، (د- ط) ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1993 ، ص 14

4- الهاشمي لوكيا ، السلوك التنظيمي ، ط2 ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2006 ، ص 23

- تحديد الفكرة أو المهارة مما يرغب في توجيهه ، لمن يتعامل معهم ، ثم دراسة هذه الفكرة وجمع المعلومات المناسبة عنها ، وتنظيمها ، وتحديد وإختبار الأسلوب أو الوسيلة المناسبة والقيام بشرح وتوضيح الفكرة ، لمن هم في حاجة إليهم ، عن طريق اللغة أو الوسيلة التي إختارها.

2-الرسالة : وهي أساس عملية الإتصال كلها ، وتعتمد على مجموعة من الرموز المحددة و الرسالة ، هي جوهر العملية الإتصالية ، فبدون رسالة سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة لا يكون هناك إتصال ، ويجب أن تكون الرسالة واضحة ، من حيث الهدف ، ومن حيث إستخدام المصطلحات ، حتى لا تحمل تفسيرات مختلفة ، ويجب أن تكون لغة الرسالة سليمة تتناسب مع مقدره المستقبل ¹

3-الوسيلة أو القناة: وهي الوسطة أو الوسيلة المادية ، لتوصيل الرموز التي تحتويها الرسالة ، وهي القناة التي تنقل من خلالها رسالة ما ، من مصدر إلى مستقبل ، وتتحدد هذه الرسائل في عملية الإتصال الجماهير ، ويتوقف إستخدام كل وسيلة منها على عدة متغيرات أهمها: طبيعة الفكرة المطروحة ، و الهدف المقصود ، و الوقت وخصائص الجمهور المستهدف.2

توجد أنواع متعددة للقنوات من بينها :

1-القناة اللفظية : يتم من خلالها نقل المعاني في رموز صوتية مباشرة.

2-القناة الكتابية : يتم فيها نقل المعلومات كتابة.

3-القناة التقنية : الهاتف بنوعيه الثابت و النقال ، التلفزيون ، الراديو....إلخ.3

1- الهاشمي لوكيا ، السلوك التنظيمي ، نفس المرجع السابق ، ص 23

2- ثروت مكي ، الإعلام ووسائل الإتصال و المشاركة السياسية ، مرجع سبق ذكره ، ص25

3- نضال الظلاعين ، نظريات الإتصال و الإعلام الجماهيري ، (د-ط)، دار الإعصار للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2016 ، ص 37

4-المستقبل: وهو الذي يستقبل الرسالة من المرسل ، بالشكل الذي تم إستهدافه من قبل المرسل ، وحتى يتم ذلك ، لابد من أن يكون المستقبل ، على إستعداد تام لقبول الرسالة وتفسيرها تبعا لإطاره الدلالي ، وحسب خبرته السابقة ، ويتأثر سلوك المستقبل ، بعدة عوامل أهمها :

-المستوى التعليمي ، وميولات الأفراد المستقبلين

-عامل السن

-الطبقة الاجتماعية ، والمستوى الاقتصادي.

5-التغذية الرجعية: وتعرف بإسم التغذية العكسية (Feed Back) ، وهي عملية التي من خلالها يدرك القائم بالإتصال ، نمط إستجابة المستقبل لرسالته ، ويعتبر الوسيلة هي العنصر الحاسم ، في تدقيق رجع الصدى من الجمهور ، وتختلف التغذية العكسية ، في عملية الإتصال الجماهيري ، عن الإتصال المباشر ، ففي حالة الإتصال المباشر، تكون بسيطة و مباشرة ، بحيث يمكن للقائم بالإتصال ، أن يدرك أثر رسالته ، أما في الإتصال الجماهيري ، فيستغرق التغذية العكسية وقتا أطول ليُدرك القائم بالإتصال أثرها ، وكلما زاد حجم الصدى ، زاد فهم المتلقي للرسالة (1).

ولكن تجدر الإشارة ، إلى أن عملية الإتصال السياسي ، تثير عناصر ومكونات خاصة بها لعل أهمها : أطراف العملية السياسية من الفاعلين السياسيين ، الذين يشكلون ليس فقط الجمهور ، ولكن يقوم بأدوار القائم على الإتصال ، كما قد يكون الإتصال الجماهيري جزء من عملية الإتصال السياسي ، في شكلها العام².

1- نضال الظلايين ، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري ، نفس المرجع السابق ، ص37

2- عبد الغفار رشاد القصبني ، الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي ، مرجع سبق ذكره ، ص28.

يشكل الفاعلون السياسيون ، أهم عناصر عملية الإتصال السياسي ، وهم مجموعة الأفراد الذين يهدفون من خلال وسائل تنظيمية ، إلى التأثير على عملية منع القرار من خلال القوة السياسية أو التنظيمية التي يجرونها بهدف التأثير داخل الهيئات التشريعية ومختلف المؤسسات السياسية ، بغرض تحقيق السياسات التي تتماشى مع مطالبهم وتحقيق أهدافهم أو قد يسعون للحصول ، على مناصب داخل هذه الهيئات.

ومن أهم هذه الفواعل ، الأحزاب السياسية ، وهي مختلف فئات الفاعلين السياسيين من شخصيات و قيادات ، جماعات المصالح ، إضافة إلى أصحاب المناصب السياسية ، الذين يمارسون التأثير و النفوذ عمليا ، وأشار البعض أنه يجب أن يضاف إلى ذلك القائمون على عناصر الإتصال الجماهيري، والصحفيون، لما أصبحوا يمثلونه من أهمية مركزية لكل الأطراف الفاعلة ، ذلك لأن أعضاء الحزب و قياداته تؤدي خطاباتها السياسية ، وتحليلاتها أمام الجمهور ، من خلال وسائل الإتصال الجماهيري أو الندوات و المؤتمرات ، يعكسون من خلالها ما ينادي به الحزب من سياسات ، وبدائل وبرامج ، وما يتبناه من إيديولوجية نقدية لسياسات الحكومة.(1)

1- عبد الغفار رشاد القصبى ، الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي ، نفس المرجع السابق ، ص29 .

المبحث الرابع : المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي

تعددت المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي و ذلك لسببين رئيسيين هما:

1- تعقد الظاهرة السياسية ، وإرتباطها بالعديد من الأنشطة و الظواهر الأخرى في المجتمع

2- إختلاف المنظور البحثي للظاهرة السياسية ، بين الباحثين فكل باحث له علمية معينة

و يمكننا التمييز ، بين أربعة مداخل نظرية للإتصال السياسي و هي :

أ-مدخل العملية : ينظر أصحاب هذا المدخل ، إلى أن الإتصال السياسي، بإعتباره جزء من عملية التغيير ، يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها، أو تتبع جزئياتها المختلفة، ويركز هذا المدخل ، على فكرة التغيير الدائم في السلوك الإتصالي، ويعتمد أصحاب هذا المدخل على مفاهيم أساسية تتمثل في:

-التاريخ و التغيير السياسي، لا ينموان في دوائر منتظمة عبر الزمن بل 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 نموذج

ب- مدخل الإستخدامات والإشباعات: يندرج هذا المدخل ضمن النظرية و الوظيفة 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 الجمهور المواضيع، والقضايا التي تعرضها وسائل الإعلام على أنها قضايا سياسية

- التأثيرات الناتجة في علاقة السلوك السياسي بوسائل الإعلام في المجتمع.(1)

1- سعد ال سعود ، الإتصال و الإعلام السياسي ، مرجع سبق ذكره ، ص21

ج-مدخل نشر المعلومات: يركز المدخل عن كيفية ظهور وبروز المعلومات السياسية عبر قنوات الإتصال في المجتمع ، وقد إهتم أصحاب المدخل بالإجابة ، على عدة تساؤلات أبرزها :

- ما هي النتائج و الآثار الناجمة ، عن أنماط إنتشار المعلومات السياسية ؟

- هل يمكن تطبيق نموذج الإنتشار ، على كل أشكال المعلومات السياسية ؟

د-المدخل البنائي: وهو من أحدث المداخل في الدراسة الإتصال السياسي ، ويفتح هذا المدخل المجال أمام وسائل متعددة و نافعة ، لمعالجة القضايا السياسية المهمة ، في هذا المجال مثل : البحث عن الوسائل التي يمكن أن يتوفر عليها الرسائل السياسية ، لتمكين من التأثير على الأفراد ، وطريقة فهمهم للأحداث السياسية ، وكذلك للشخصيات السياسية.

المبحث الخامس:وظائف الإتصال السياسي

إن الملاحظ للبحوث التي تناولت وظائف الإتصال ، يلمس مجموعة من الصعوبات في تحديد الوظائف ، التي يقوم بها الإتصال السياسي ، التي تكون متشعبة ومتفرعة ، مع بعضها البعض ، بالإضافة إلى إختلاف وجهات النظر بين الباحثين ، في علوم الإعلام والإتصال والعلوم السياسية ، ذلك يرجع لسببين رئيسيين هما :

أ- التداخل الشديد بين الوظائف التي يقوم بها الإتصال السياسي ، والوظائف التي يقوم بها الإتصال بصفة عامة.

ب-الإختلاف بين الإتجاهات التقليدية والحديثة ، في تحديد وظائف الإتصال السياسي، نتيجة الإختلافات في الأفكار و الرؤى ، وزوايا النظر و المعالجة بين الباحثين.(1)

1- سعد ال سعود ، الإتصال و الإعلام السياسي ، نفس المرجع السابق ، ص 22

و يمكن تحديد عدة وظائف للاتصال ، في أي نظام إجتماعي و هي :

1- الإعلام : و هو جمع و تخزين و معالجة و نشر المعلومات ، الصور و الوسائل والأراء و التصرف تجاهها ، بهدف الوصول التمكن من إتخاذ القرارات السليمة

2-التنشئة الإجتماعية : و هي توفير رصيد مشترك من المعرفة ، يمكن الناس من أن يعملوا كأعضاء ، ذوي فعالية في المجتمع

3- خلق روح النقاش و الحوار : توفير الحقائق اللازمة ، وتبادلها لتوضيح مختلف وجهات لنقل العلاقات بين المجتمعات.(1)

يعد " هارولد لازويل " **Harold Lazewel** " من الأوائل الذين إهتموا بتحديد الوظائف ، التي يقوم بها الإتصال في المجتمع بصفة عامة ، وقد حددها بثلاث و وظائف أساسية تتمثل في :

-وظيفة المراقبة : تتوفر هذه الوظيفة المراقبة للأزمة لإتخاذ القرارات ، وخاصة منها القرارات السياسية ، وتمكين من تجميع المعلومات المتعلقة بالبيئة الداخلية والخارجية حيث يقوم الإتصال بدور سياسي في المجتمع ، من خلال وضع الكثير من البرامج السياسية وتحديد المطالب السياسية و الإجتماعية و الإقتصادية للمجتمع ، و العمل على إيجاد حلول لها في أسرع وقت ممكن ، كما تقوم وظيفة المراقبة على حماية المجتمع من الأخطار والتي تحقق به و العمل على مواجهتها، و كافة الظواهر السلبية التي تعد معوالا لهدم المجتمعات،والتي تعرقل السير الحسن لتنمية المجتمع و رقيه وإزدهاره.(2)

1- محمد عبد الغاني هلال ، مهارات التوعية و الإقناع ،(د-ط)، مركز التوجيه و التنمية ، مصر، 1998 ، ص 12
2- جعفر بن صالح ، الإتصال السياسي في الجزائر -المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الخير و الشعب- نموذجاً ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة وهران ، 2013 ، ص 40 .

-**الترابط :** يرى " لازويل " أن وظيفة الإتصال ، تكمن في تحقيق الترابط في المجتمع وتمكين الأفراد ، من تفسير ما يجري من أحداث ، وتوجيه سلوكهم ، فالإتصال دور هام في توجيه الرأي العام ، الذي من خلاله تستطيع الحكومات الديمقراطية القيام بمهامها.

- **نقل الميراث الإجتماعي :** أشار كذلك " لازويل " في هذا الشأن أن الإتصال يحافظ على المرجعية العامة للمجتمع ، ويعمل على نقل القيم الإجتماعية من جيل إلى آخر، ويعمل على توحيد المجتمع ، عن طريق بناء قاعدة أوسع ، من القيم و العادات والتقاليد ، يرى أن الإخلال بهذه الوظيفة ، يلحق الضرر بالمجتمع.

كذلك نجد أن (غابريال ألموند) " **ALMOND.Gabrial** " إهتم بوظيفة الإتصال في المجتمع بصفة خاصة ، وبوظيفة الإتصال في النظام السياسي ، فقد شبه هذه الوظيفة بالدورة الدموية ، حيث شبه الإتصال بالدم، في قيامه بوظائفه والإهتمام لا يتصرف إلى الدم الإتصال ، لكنه يتجه على ما يحمله الدم من تغذية للنظام(1) ونذكر أهم الوظائف السياسية التي يقوم بها الإتصال :

-**وظيفة التنشئة السياسية:** تقوم وسائل الإتصال بهذه الوظيفة ، عن طريق تقديمها للمعلومات ، حول البيئة السياسية ، حيث أن التنشئة السياسية هي عملية مستمرة ، عبر مراحل الإنسان.

-**التسويق السياسي :** ويعرف التسويق كونه لا يعد ، وكونه تطبيقا لمبادئ التسويق ، وأساسه وأساليبه على الحياة السياسية ، فأطراف العملية السياسية يستخدمون هذه المبادئ ، في الإتصال ، تعم السياسة خصوصا في الحملات الإنتخابية.(2)

1- جعفر بن صالح ، الإتصال السياسي في الجزائر ، نفس المرجع السابق ، ص ص 40 ، 41

2- عبد الغفار رشاد القصبي ، مرجع سبق ذكره ، ص 106.

-التأثير على الرأي العام :حيث أن معالجة القضايا والأحداث ، تؤثر كثيرا في إدراك الناس لهذه الأحداث ، فهي تزود أفراد المجتمع بكافة المعلومات على البيئة السياسية

-الرقابة على الحكومة : توصف وسائل الإتصال ، بأنها تمثل دور الحارس اليقظ ، ضد إستخدام السلطة من قبل الجهات الرسمية

-المساعدة في صنع القرارات : فقد أثبتت الدراسات الأمريكية ، أن لوسائل الإعلام ،تأثير كبير على قرارات السياسية و ذلك لسببين :

أ- أنها تعطي الشعبية أو تمنعها عن صانع القرار ¹

ب-صانع القرار، يعتقد أنها هامة ، فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس، تجاه سياسته وقراراته

المبحث السادس :العلاقة بين الإتصال و السياسة

العلاقة بين الإتصال و السياسة ، في مختلف دول العالم ، بغض النظر عن طبيعة وشكل النظام السياسي والنظام الإتصالي ، الذي يمارس هي علاقة جوهرية ، لدرجة يصعب تصور أحدهما دون الآخر ، أو قيامه بوظائفه بمعزل عنه.

و تعول الحكومات على إختلاف أنظمتها ، على وسائل الإتصال في تحقيق أهدافها ، وفي مقدمتها الأهداف السياسية ، فالإتصال السياسي عنصر مهم في أداء السلطة ، والقائمين عليها ، ومن يستحوذ على السلطة يسعى جاهدا إلى السيطرة ، على وسائل الإتصال وإستخدامها لكسب التأييد ، والدعم لسياستها و قراراتها ، والتعرف على الإتجاهات السائدة في المجتمع المحلي.2

1- سعد ال سعود ، مرجع سبق ذكره، ص ص 80 ، 81

2- جعفر بن صالح ، مرجع سبق ذكره ، ص 24

كما تختلف رؤى الباحثين حول العلاقة بين الإتصال و السياسة ، إذ يرى " لوشيان باي " **Lucian bey** بوجود علاقة جوهرية بين العملية الإتصالية والعملية السياسية فأهداف النظام السياسي في السيطرة والشرعية والمشاركة ، عبر إنتقالها إلى المجتمع المحلى تستلزم وجود الوسائل التي تقوم بالتعبير الرمزي ، عن القيم و المعايير الإجرائية للنظام السياسي ، وكذلك إيجاد القنوات التي تنقل مصالح ومطالب المواطنين إلى السلطة السياسية وقد إهتم " ألموند قابريال" **almond gabriel** بتحديد موقع نظام الإتصال في النظام السياسي ، وشبه الوظيفة الإتصالية بالدورة الدموية ، وركز على الجانب الوظيفي لوسائل الإتصال الجماهيري ، بإعتبارها تمثل المدخل للرئيس ، للتعبير عن المصالح في المجتمعات الديمقراطية ، وإنتهى " ألموند " إلى القول بأن كل شيء في السياسة إتصال ويرى "لازويل" **Laswell** أن البناء الإجتماعي ، يشبه الهرم الذي يتربع الحكام فيها وهم الصفوة ، على قمته و جماهير الشعب هي القاعدة ، وبينهما و أفراد المجتمع .

و يعتقد كل من " كروس " و " ديفيز " **kraus and divis** بأن النظام السياسي يتكون من ثلاث عمليات ، مرتبطة بالإتصال ، و هي عمليات تتعلق بالجماهير والنخبة و يرى " ماكس فيبر " **Max veber** أن وسائل الإتصال ، تعد مصدرا هاما لإضفاء صفة الشرعية ، للسلطة السياسية.(1)

1- جعفر بن صالح ، نفس المرجع السابق، ص ص 24 ، 25

خلاصة الفصل

وفي الأخير نستخلص أن الإتصال السياسي ، هو آلية لضبط قواعد اللعبة الديمقراطية والإستقرار السياسي داخل المجتمع ، إذ يقوم بتوطيد الإستقرار السياسي ، لأنه يبنى على الإتفاق بين الحاكم و المحكوم ، وبالتالي فإن القرارات المتخذ من طرف النظام السياسي تحظى بالقبول.

ويقوم الإتصال السياسي ، بالتأثير في إتجاهات الرأي العام، من خلال الإطلاع على الشؤون العامة ، ومعرفة الشخصية السياسية و المناقشات العامة و العملية الانتخابية ككل كما يقوم ببناء الحقيقة السياسية ، وتأكيد الشعور بالمواطن و المشاركة السياسية ، و القيام بدور الرقابة على الحكومة ، من خلال مراقبة المؤسسات ، و مختلف القضايا و الأحداث وتسليط الضوء على بعضها ، وترويج مبدأ الحق في المعلومة " الإنتقال من الحق في الإعلام كمبدأ دستوري إلى الحق في الإتصال"

و يمكن القول بأن الإتصال السياسي ، يعتبر أساس نجاح المجتمعات و استقرارها ، إذ أن إنعدام الإتصال السياسي ، يهدد بناء المجتمع الديمقراطي.

الفصل الثالث: ماهية الأحزاب السياسية

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم الأحزاب السياسية

المبحث الثاني: تصنيفات الأحزاب السياسية

المبحث الثالث: أهداف الأحزاب السياسية

المبحث الرابع: خصائص الأحزاب السياسية

المبحث الخامس: وظائف الأحزاب السياسية

المبحث السادس: علاقة الأحزاب السياسية بالإتصال

خلاصة الفصل

تمهيد:

تحتاج الأحزاب السياسية ، في أي نظام سياسي إلى بيئة ديمقراطية ، تقوم على ترسيخ دولة المؤسسات ، وضمان الحريات، والحقوق الأساسية للأفراد، بما فيها حق تأسيس الأحزاب والجمعيات ذات الطابع السياسي ،كمكون أساسي من مكونات الأنظمة السياسية المعاصرة مما يسمح بممارسة الأحزاب السياسية ، لوظائفها بكل حرية و دون تقييد.

تعد الأحزاب السياسية وسيطا إجتماعيا ،وسياسيا أساسيا، يهدف إلى الربط المباشر والدائم بين المؤسسات الحكومية القائمة و المواطن ، من خلال عقلنة و تنظيم العمل السياسي بالآليات الدستورية والقانونية المتاحة، في مقدمتها شرعية تمثيل مصالح المواطنين، والدفاع عنها ، حق الوصول إلى السلطة و قيادة الحكومة ، أو الانضمام إلى المعارضة ، كما تقوم بوظيفة التعبئة و الحشد للجماهير ، من أجل إستمالتهم للمشاركة السياسية في مختلف الأشكال و المجالات السياسية، بإعتبار أن الأحزاب السياسية من الفواعل غير الرسمية ، إلا أن لها مكانة و أهمية في المجتمع ، من أجل تحقيق ديمقراطية تشاركية ، وإجماع وطني يرضي كامل الأطراف المتنازعة و المتصارعة.

حيث سنتطرق إليه في هذا الفصل،إلى ماهية الأحزاب السياسية من خلال توضيح وتناول مفهوم الأحزاب السياسية ، تصنيفات الأحزاب السياسي ، أهداف الأحزاب السياسية خصائص الأحزاب السياسية ، وظائف الأحزاب السياسية ، علاقة الأحزاب السياسية بالإتصال.

المبحث الأول: مفهوم الأحزاب السياسية

على الرغم من أن أغلب دارسي الأحزاب السياسية ، سواء القدامى أو المحدثين، قدموا تعريفاتهم للحزب السياسي، فإن البعض الآخر من أبرز دراساتهم ، لم يهتموا بمسألة التعريف بشكل مباشر، بل شككوا في جدواها ، ومصطلح الأحزاب السياسية ، لا نجد تعريفا واضحا له ، ويعرف الحزب السياسي كما يلي :

أ- لغة : جاء في " لسان العرب"¹ "إِبْنُ مَنْظُورٍ " أن الحزب ، جماعة الناس ، و الجمع أحزاب و حزب الرجل : أصحابه وجنده ، الذين على رأيه و الحزب صنف من الناس.⁽¹⁾

وفي المعجم " الوسيط " الحزب هو "جماعة من الناس شكلت أهواءهم تنظيم سياسي لا مذهب عقائدي تعتنق وجهة نظر و تسعى نحو هدف " ⁽²⁾

المتأمل لهذه التعريفات ، يدرك ببساطة أن مختلف المعاجم ، لم تقع في تبيان كبير حول مفهوم الحزب ، فهي تتفق أن الحزب جماعة ذات وجهة تسعى نحو هدف، ومعنى آخر الحزب ، عبارة عن إتجاه يجمع أفراد حول أفكار، و يسعى لبلوغ هدف مسطر، و عليه فالحزب لغة ،محدد ولا يطرح أي إشكال أو إختلاف.⁽³⁾

ب-إصطلاحا:يشكل المفهوم الإصطلاحي للحزب السياسي ، جوهر إختلاف للباحثين في هذا المجال ، رغم إتفاقهم على عناصر معينة، إلا أنهم لم يتفقوا على معنى واحد

يعرف " فيليب برو" الحزب، بأنه "تنظيم من مجموعة من الأفراد تتبنى رؤية سياسية واحدة، يهدف من وراء ذلك إلى كسب ثقة أكبر عدد ممكن من المواطنين، على حساب غيرها و تولي السلطة ، أو على الأقل المشاركة في قراراتها ، أي تنظيم يتشكل من مجموعة من الأفراد ، تتبنى رؤية سياسية منسجمة و متكاملة"⁴.

1- ابن منظور ، معجم لسان العرب ، ط1 ، دار إحياء التراث العربي ، القاهرة ، 1999 ، ص ص ، 854:853

2- مصطفى إبراهيم و آخرون ، المعجم الوسيط ، ط 2 ، دار الدعوة تركيا ، 1989،ص 170 .

3- لقوي بوخميس ،العلاقات العامة في الحزب السياسي ، المكتب الولائي لحزب جبهة التحرير الوطني ، بسكيكدة - أنموذجا ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، تخصص علم إجتماع الإتصال والعلاقات العامة ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة 2012، ص 32.

4- فيليب برو ،علم الإجتماع السياسي ،ترجمة:محمد عرب صاصيلا، (د-ط) ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر و التوزيع ، بيروت 1998 ،ص357

و يعرف " أندريه هوريو " الحزب السياسي بأنه " عبارة عن تنظيم دائم يتحرك على مستوى وطني أو محلي ، من أجل الحصول على الدعم الشعبي ، بهدف الوصول إلى السلطة ، بغية تحقيق سياسة معينة".⁽¹⁾

وضمن هذا المنظور ، أيضا يعرف " ماكس فيبر " الأحزاب السياسية ، بأنها " مؤسسات هدفها السلطة ، وتصبح السياسة بمثابة الربح بالنسبة للإقتصاد ، غير أن هذه الأحزاب بوصفها تنظيمات ، نجدها خاضعة و مسيطر عليها ، من قبل إدارتها مما يجعل من المناضلين، أدوات في خدمة الزعيم و يبادق في اللجنة السياسية "، و قد شبه " فيبر " هذا الفعل السياسي بالسوق الإقتصادي، حيث تقوم الأحزاب بعرض برامجها و أفكارها كعرض السلعة في الأسواق، و محاولة التوفيق بين المصالح الشخصية و الجماعية للأفراد.⁽²⁾

ويعرف " ريمون أرون " الأحزاب السياسية بأنها " مجموعة تطوعية - منظمة إلى حد ما نشاطها مستمر نوعا ما ، و التي تطمح وحدها ، أو مع التحالف - بإسم المصلحة المشتركة و المجتمع المسؤول - إلى تقلد الوظائف الحكومي"³

و يرى " فرانك سوروف " الأحزاب السياسية "كمؤسسة في السوق السياسي ، تسوق وتبيع برامجها ، من أجل جذب العملاء، و الأعضاء الجدد بإستمرار"⁴

و يعرف الحزب أيضا بأنه " أي جماعة لها هوية ، ولها مكتب أو علامة ، تقدم للناخبين و هي قادرة أن تتموقع في الإنتخابات ، المترشحين ، مكتب العلاقات "⁵

1- أندريه هوريو، القانون الدستوري و المؤسسات السياسية، ترجمة : علي مقلد، ط 2 ، دار الأهلية للنشر و التوزيع ، لبنان ، 1988، ص 242

2-الجمعي النوي، المسألة الاجتماعية في برامج الاحزاب السياسية في الجزائر، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص، ص 44، 19

3-حرب أسامة الغزالي ، الأحزاب السياسية في العالم الثالث ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 19-18

4- دغمان المهدي الشيباني، "الأحزاب السياسية، التفاتة سوسيولوجية"، المجلة الجامعة، العدد 16 ، كلية الآداب ، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة الزيتونة ، ليبيا 2014

أما الدكتور "رمزي طه الشاعر" فإنه يعرف الحزب السياسي بأنه " جماعة من الناس لهم نظامهم الخاص وأهدافهم ،ومبادئهم التي يلتفتون حولها و يتمسكون بها ، ويدافعون عنها ويرمون إلى تحقيق مبادئهم و أهدافهم ، عن طريق الوصول إلى السلطة، أو الإشتراك فيها"¹

أما "إيهاب زكي سلام" فيركز في تعريفه للحزب ، على الوظائف فيعرف الحزب السياسي بأنه " مجموعة منظمة تهدف إلى المشاركة ،في وظائف المؤسسات ، للوصول إلى السلطة و جعل أفكارها و مصالحها الشخصية متميزة ، فيما بينها من أجل تحقيق مصلحة المجتمع عامة"².

ج - إجرائيا: من خلال إستعراض بعض التعريفات الإصطلاحية للأحزاب السياسية ، يمكن القول بأن الحزب هو " هو تجمع من الافراد ذو تنظيم وطني ، له مشروع سياسي ويعبر عن قوى إجتماعية ، يستهدف الوصول إلى السلطة أو المشاركة ، أو التأثير عليها بواسطة الدعم الشعبي أو أنشطة متعددة"، والمقصود بالحزب السياسي ، في دراستنا الحالية ، هو حزب جبهة القوى الاشتراكية بولاية تيزي وزو.

1- رمزي طه الشاعر، الإيديولوجية وأثرها في الأنظمة السياسية المعاصرة، (د-ط)، دار النهضة، القاهرة، 1979، ص 104
2- إيهاب زكي سلام، الرقابة السياسية على أعمال السلطة التنفيذية في النظام البرلماني، (د-ط)، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 262

المبحث الثاني :تصنيفات الأحزاب السياسية

تختلف التصنيفات التي قدمت في دراسة الأحزاب السياسية إلى ثلاث فئات أساسية هي :
التصنيفات على أساس الخصائص التنظيمية ، التصنيفات على أساس الإنتماء الإيديولوجي
التصنيفات على أساس الإنتماء الإجتماعي.

1-التصنيفات على أساس الخصائص التنظيمية: إن من أشهر التصنيفات التي قدمت
للأحزاب السياسية، تصنيف "موريس دوفرليه"القائم على الخصائص التنظيمية ، للحزب
و يرى بأنه تتجسد في ثلاث أنماط :

أ.أحزاب الكوادر أو النخبة: تظم في الغالب أبناء الطبقة البرجوازية، ولا تبد إهتماما
بال جماهير، لأنها تهتم بفئة قليلة معينة ، و تعتمد أحزاب النخبة على الثروة و المكانة
الإجتماعية للأعضاء ، وتتسم بنوع من الهشاشة الداخلية ، وإلتزام الأعضاء الداخلية
بمبادئها وترى هذه النخب أنها تمتلك من الخبرة و القدرة ، على إدارة الحملات الإنتخابية
مما يمكنها من كسب الأصوات ، وإيصال المرشحين إلى السلطة.

ب-أحزاب الجماهير: تستقطب الجماهير لتحقيق غايات سياسية و إجتماعية ومالية ، بغية
تثقيف الجماهير و توعيتها سياسيا ، و إعداد نخبة منها لتولى المناصب السياسية والإدارية
في الحزب والدولة ، إضافة إلى المورد المالي الذي يحصل عليه الحزب ، من تسديد
إشتراكات المنتسبين ، ويندرج في هذا الإطار الأحزاب الشيوعية و القومية و الدينية.

ج-الأحزاب النضالية: وهي تتشابه مع أحزاب الجماهير ، من حيث بحثها على التأييد
الجماهيري، وإعتمادها التنظيم التراتيبي في إستيعاب وتأطير المناضل ، ولكن تتميز عنها
بايديولوجيتها الشمولية ، وتنظيمها الحزبي الهرمي ذو الطابع العسكري ، والأساس
التنظيمي القاعدي لها هو الخلية، وهي أقل حجما من الشعبة ، و تتواجد في كل أماكن
المناضلين .(1)

1- كمال فتاح ، دور الأحزاب السياسية في التنمية السياسية المحلية - دراسة حالة أحزاب التحالف الرئيسي في ولاية معسكر- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة وهران 2012 ، ص، ص 29-30.

2-التصنيفات على أساس الإنتماء الإيديولوجي: رغم الإنتقادات التي تصف هذا النوع من التصنيفات ، على أساس مقياس اليمين و اليسار ، بالإضافة إلى التمييز بين الأحزاب السياسية في الدول، أصبح شائعاً على أساس اليمين و اليسار، وهو مسألة نسبية تختلف من بلد إلى آخر ، غير أن المدافعين عنه ، يرون أنه من الضروري لدراسة البرامج الحزبية وتوجهات الحزب الإيديولوجية ، بناء على الوثائق و التصريحات التي تصدر من قيادته وذلك على أساس معايير ثابتة ، ومن أهم التصنيفات في هذا المجال نجد تصنيف "جان بلوندال" **"JeanBloudel"** للأحزاب السياسية ، إستناداً إلى ثلاث معايير وهي:

أولها معيار المشاركة داخل الحزب ، هل تتم بالديمقراطية أو بالأوليغارشية ، على أساس التعيين أو بالتزكية ، وثانيها معيار الوسيلة إلى بلوغ السلطة ، هل يتم ذلك عبر وسائل ليبرالية أو سلطوية ، وثالثها معيار الموقف من الوضع القائم ، هل بالمحافظة على الوضع القائم ، أو إتخاذ موقف وسطي ، أو الدعوة إلى التغيير.

و قدم التصنيف التالي ، إنطلاقاً من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار : محافظين ، مسيحيين ديمقراطيين ليبراليين، أحزاب الفلاحين ، الإشتراكيين ، الشيوعيين.(1)

3-التصنيفات على أساس الإنتماء الإجتماعي : عمدت إلى تصنيف الأحزاب السياسية على النحو التالي : أحزاب طائفية ، أحزاب الأقليات ، الأحزاب الجهوية ، الأحزاب القومية.(2) أما فيما يخص أنماط النظم الحزبية فقد شاع في أدبيات السياسة ، تمييز بين نظام الحزب الواحد و نظام الحزبين ، ونظام تعدد الأحزاب ، حيث طرح علماء السياسة معيار التنافس الحزبي ، للفرقة بين نظم حزبية تنافسية ، ونظم حزبية غير تنافسية ، الأولى يميزها تنافس أكثر من حزب على السلطة ، ونجد في هذا السياق نظام الحزب الواحد في الدول الشيوعية وفي بلدان العالم الثالث ، و نظام الحزب المسيطر ضمن تعدد الأحزاب .

مع إحتكار السلطة ، في فترة طويلة من الزمن ، بالإضافة إلى نظام الحزب القائد ، وهو وجود تحالف حزبي ، تكون القيادة فيه لحزب معين ، تكون فيه القيادة لحزب معين (3)

1- كمال فتاح ، دور الأحزاب السياسية في التنمية السياسية المحلية ، نفس المرجع السابق، ص ص 31، 32

2- عبد الوهاب الكيلاني و آخرون ، موسوعة العلوم السياسية ، (د-ط) ، مطبعة الوطن ، الكويت ، 1994 ، ص 3

3- حسان محمد شفيق العاني ، الأنظمة السياسية الدستورية المقارنة ، (د-ط) ، مطبعة جامعة بغداد ، بغداد ، 1986 ، ص 255

المبحث الثالث : أهداف الأحزاب السياسية

1-الأهداف الرئيسية: إن معظم الأحزاب في العالم تهدف إلى الوصول للسلطة في بلدانها من أجل تنفيذ أهدافها و مبادئها ، وبرامجها العامة، وفقا للتنافس الديمقراطي ، وعبر صناديق الاقتراع، فإذا لم تتمكن من ذلك فسوف تحاول المشاركة في السلطة، مع أحزاب أخرى ذات أهداف قريبة من أهدافها ، وأنها تمارس المعارضة للسلطة الحاكمة، والسعي و التأثير عليها لتحقيق تلك الأهداف، وقد تحاول بعض الأحزاب الوصول إلى السلطة بصورة غير شرعية ، كالانقلاب العسكري ، والثورة الشعبية أو الإحتلال الأجنبي ، ولكن عليها أن تتميز تلك الحالة الشرعية ، ديمقراطية عبر إجراء إنتخابات حرة والسماح للأحزاب الأخرى بالتنافس معها ، رغم أن ذلك حالة نادرة

إن تطبيق أهداف الحزب، وبرامجه لا يتحقق بشكل كامل، إلا عند وجوده في السلطة أو مشاركته فيها، أما في حالة كونه في المعارضة فإن جزء من أهدافه ، يمكن أن يتحقق على الصعيد الجماهيري، وإكتساب قاعدة شعبية، ولكن الأهداف الرئيسية، والبرامج العامة تبقى نظرية ، بانتظار إستلام السلطة أو المشاركة فيها ، فإذا تحقق ذلك فسوف يكون الحزب أمام التجربة ، لمعرفة صحة أهدافه، أو بعدها عن الواقع و إجراء المراجعة لها تعديلا و تثبيتا.

2-الأهداف العامة: هي أهداف التي ينظمها دستور الحزب، وهي بدورها تتشكل من أهداف وطنية أو قومية أو دينية أو دولية ، وفقا لتشكيلة الحزب و تنظيمه ، وإنتمائه السياسي وطبيعة أهدافه إذا كانت مطلقة أو نسبية عامة أو خاصة ، و يمكن إجمالها بما يلي:

-حماية البلاد من العدوان الخارجي ، وخدمة الأفراد و تحقيق الرفاهية الإجتماعية لهم وسبيل العيش الكريم ، في جوانبها الإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية والتعليمية والصحة عبر عدة برامج .¹

1- حسيبة غارو، دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة – دراسة حالة الجزائر 1997-2007- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص تنظيمات سياسية ،كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية ،قسم العلوم السياسية ،جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012 ، ص 35-36

- تقديم الخدمات لأعضاء الحزب و أفراد الشعب ، كفتح الأبواب التعليمية ، ومكافحة الأمية وتشكيل اللجان الصحية ، وإعانة ورعاية الفقراء.
- نشر الوعي السياسي في صفوف الحزب ، والشعب عبر الندوات والمؤتمرات والمطبوعات الحزبية و اللقاءات و إصدار البيانات ، ومذكرات الإحتجاج والتظاهرات الشعبية ، وجميع وسائل الإعلام التي تساهم في نشر فكر الأحزاب و أهدافه .
- تحديث و ترشيد السلطة ، وإستبدالها من سلطة تقليدية ، إلى سلطة سياسية موحدة قائمة على وظائف سياسية جديدة ، وتنمية مؤسساتها و مشاركة واسعة فيها.
- تمكين الشعب من التعبير عن إرادته ، ومعتقداته بصورة فعالة ومنظمة.
- تحقيق الحرية والإستقلال ، إذا كانت البلاد محتلة ، وصيانة السياسية الإستقلالية ، من التدخلات الأجنبية.
- ممارسة نشاطات غير سياسية ، كالنشاطات الترفيهية الرياضية ، الإجتماعية والثقافية .

3-الأهداف القومية : إذا كان الحزب قوميا ، فإن أهدافه تتلخص فيما يلي :

- تحقيق الوحدة القومية ، سواء بين دول تنتمي إلى أمة واحدة كالأمة العربية ، أو إذا كانت الأمة مجزأة بين دول تحتل أراضيها.
- الكفاح السلمي أو المسلح ، لتحقيق هدف الوحدة أو الانفصال عن دولة محتلة .

4-الأهداف الدينية:

- إقامة مجتمع ديني ، تطبق فيه الشعائر الدينية ، وإقامة دولة دينية من الدول المنتمية إلى دين واحد ، ونشر الوعي الديني بين أبناء الدين الواحد (1).

1- حسبية غارو، دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة ، نفس المرجع السابق ، ص 36 ، 37

5-الأهداف الدولية :

- تحقيق الأمن و السلم الدولي ،ونبذ الحروب ، و تعاون بين الدول على أساس المصلحة المتبادلة

- حل الخلافات و النزاعات بالطرق السلمية.

- إقامة مجتمع إنساني واحد ، وفقا إيديولوجية الحزب.

فالأحزاب السياسية هي أهم عناصر المؤسسات السياسية ، خاصة في الدول التي تأخذ بالإصلاح السياسي أو التحول الديمقراطي ، وغم ما يقال بشأن تذبذب أهميتها أو تدعيمها في عدد من النظم الديمقراطية المستقرة،فهي مازالت تشكل أحد المؤشرات الرئيسية لتحديد درجة ديمقراطية النظام السياسي، وخصوصا درجة المنافسة ، بين هذه الأحزاب وعلى الأخص ،تلك التي تتولى الحكم و تلك التي تشكل المعارضة السياسية¹.

المبحث الرابع:خصائص الأحزاب السياسية

على ضوء كل التعاريف المتداولة الأحزاب السياسية،يتبين لها خمس سمات،وهي كالآتي :

أولا-التنظيم الدائم: هو أهم خاصية من خصائص الأحزاب السياسية ، ولا يمكن تخيل حزب سياسي من دون هياكل و هيئات و فروع ، تعمل وفق تنظيم معين من القاعدة إلى القيادة ففوة التنظيم و الضبط داخل الحزب ، يتوقف عليها نجاح الحزب في حياته السياسيةفيجعله قادرا على التأثير في الرأي العام عن طريق تنظيماته المختلفة ، فكلما كانت تنظيماته منظمة ، ومنتشرة سريعة الحركة ، كلما كان أكثر إحاطة بإتجاهات الرأي العام ورصد لمطالبه و إستجابة لها.⁽²⁾

1- سعد الشراوي ، الأحزاب السياسية (أهميتها- نشأتها-نشاطها)، (د-ط) ،مركز البحوث البرلمانية، كلية الحقوق، جامعة القاهرة،2005،ص19-13
2- لامين شريط ، الوجيز في القانون الدستوري و المؤسسات السياسية المقارنة ، ط 6 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2008،ص257

ثانيا-التنظيم الوطني: من خلال مراكز ترتبط بعلاقة وثيقة ، مع المركز الوطني أو القومي وهذا الإنتشار الوطني ، يستلزم تأسيس وحدات أساسية ، في جميع أنحاء البلاد وتعتقد أن هذا المعيار يميز بين الأحزاب ، وشكلين أساسيين من التنظيمات السياسية في القرن 19 هي المجموعات البرلمانية البسيطة ، التي لم تكن تملك فروعا من طبقة و مجالس الوجهاء، التي تنظم الحياة السياسية ، ولكن لا يتعدى كونها محلية ، وإن تحولت هذه المجالس إلى أحزاب.

ثالثا-السعى للوصول إلى السلطة: لا بد للحزب أن يسعى للوصول إلى السلطة ، لكي يتولى الحكم سواء منفردا ، أو بالإشتراك مع أحزاب أخرى، وذلك للتحقق و تجسيد البرامج الذي يحمله الوفاء بوعود الحملة الإنتخابية.

رابعا-السعى للحصول على الدعم الشعبي: يحقق الحزب السياسي ، أهدافه عن طريق شعبيته ، تسنده و تدعمه في الإنتخابات ، ويسعى لذلك عن طريق الإقناع و الحوار المباشر

خامسا- يحمل مذهب سياسي: لا بد أن تبني مذهبا سياسيا ، يدافع عنه و يضمه المشروع المعروف للتصويت عليه ، وهو يحمل المبادئ والأهداف والوسائل⁽¹⁾.

سادسا-تطوير الرأي العام وتكوينه: يقوم الحزب السياسي بتقديم خدمات للمجتمع، ويعمل كمنظمة تعليمية ، فالحزب السياسي يزود أفراد المجتمع بمختلف المعلومات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية ، بطرق مبسطة واضحة ، توظف فيه الوعي السياسي، ويوضح له مشاكل الشعوب و تبسيط أسبابها، و إقتراح حلها مما يساهم في تكوين ثقافة سياسية ، ورأي مستنير موضوعي

سابعا- إدارة الصراع السياسي في المجتمع : تلعب الأحزاب السياسية ، دورا هاما في التعامل مع الصراع داخل الدولة ، بشكل يبعد عن دائرة العنف و التطرف ، وتتبع الأحزاب وسائل سلمية ، لحسم هذه الصراعات و الاختلافات حول الآراء⁽²⁾.

1- المهدي الشيباني دغمان، الأحزاب السياسية الثقافة سوسولوجية ، مرجع سبق ذكره ، ص 17.
2- حسينية غارو ، مرجع سبق ذكره ، ص 40

المبحث الخامس: وظائف الأحزاب السياسية

أولاً-التحليل التقليدي لدور الأحزاب:من هذه الزاوية ، يؤدي الحزب ثلاث أدوار :

1-التأطير السياسي والإيديولوجي للمرشحين: يعتبر هذا الدور رئيسا في الأنظمة الليبرالية ، وخاصة خلال الفترات الإنتخابية ، حيث يعمل على جمع و إستخلاص الأفكار والآراء والطموحات ، ورغبات المواطنين المتضاربة أحيانا ، ويتولى صياغتها في إطار تنظيمي و منظور موحد ، ثم عرضها في برنامج الحزب ، في شكل توجيهات و إختبارات يمكن للناخبين الأخذ بها .

فهو في هذه الحالة ،أداة تجمع بين الناخبين، وتبلور أفكارهم و تسهل مهمتهم في تحديد إختياراتهم وإختيار الحكام ،وإنتقاد تصرفاتهم،وتغييرهم أو الضغط عليهم ، لتغيير سياستهم عند الضرورة.

في هذا الإطار، يتولى الحزب مهمة التوعية، حول السياسة المتبعة من طرف الحكام وتحديد موقفه منها بدعمها أو إنتقادها.

هذه الوظيفة الرئيسية، التي يقوم بها الحزب تجاه الناخبين ، تسمح بتنظيم ،وتنسيق وترتيب آراء ورغبات المواطنين ، ونقلها إلى الحكام، وهذا ما يجعل الحزب، يظهر كواسطة وحلقة وصل بين الحكام و المواطنين ،وناقلة معلومات بالنسبة للحكام.

في إطار دوره تجاه الناخبين، فإن الحزب يسعى لتكوين رأي عام مؤثر بحكم إتصاله بال جماهير، وبمختلف الوسائل الإعلامية، وعن طريق المحاضرات و الخطب ، وذلك لتوجيه أو تغيير الراي العام ، و بدراسة و شرح حقائق الأمور و تبسيطها ، مستهدفا خلق رأي عام مؤثر لصالح برنامجه ، بقصد الوصول إلى السلطة.

بهذه الكيفية يعمل الحزب ، على زيادة الوعي السياسي في المجتمع ، و نشر الثقافة

السياسية عموما ، وتقديم المعلومات المختلفة في كافة الميادين(1)

1- لامين شريط، الوجيز في القانون الدستوري و المؤسسات السياسية المقارنة، مرجع سبق ذكره، ص 254

2- إختيار وإنتقاء المترشحين للمناصب الإنتخابية: هذا الدور يجعل الحزب ، يقوم بوظيفة تجنيد و إنتقاء الإطارات والكوادر السياسية للدولة.

في هذه الحالة ، الحزب يشكل مدرسة سياسة الكبرى ، يتدرب فيها أعضاء الحزب على ممارسة السلطة ، والقيام بمهام الحكم و بالتالي يسمح للحزب، ببروز نخبة مثقفة، قادرة على الدفاع عن برنامج الحزب ومبادئه ، وتطبيقها عند الوصول للسلطة.

3- تأطير المنتخبين: يعمل الحزب بهذه الوظيفة على إحاطة النائب علما ، بكل ما يجري داخل دائرته الإنتخابية ، ويطلع على طموحات ورغبات ومشاعر الناخبين ، يعمل أيضا على تعزيز العلاقة بين النائب و ناخبيه ، وإطلاع الناخبين على نشاطات النائب.

يعمل الحزب أيضا على تأطير النواب ، داخل المجالس المنتخبة وخاصة البرلمان ، حيث تتشكل مجموعات برلمانية ، تلتزم بتوجيهات الأحزاب التي تنتمي إليها ، في عمليات التصويت على القوانين أو القرارات ، يحمي الحزب النائب من الضغوطات والتهديدات التي قد يتعرض لها .(1)

ثانيا- التحليل الحديث لدور الأحزاب : يهدف هذا التحليل ، إلى إبراز الوظائف غير المرئية والخفية للأحزاب ، دون الإكتفاء بالوظائف التقليدية ، ومن هذه الزاوية يمكن تقسيم وظائف الأحزاب إلى ثلاث أنواع :

1- الوظيفة الرقابية: إن الأحزاب السياسية التي تفوز في الإنتخابات ، وتصل إلى دقة السلطة والحكم ، تكون قد وعدت هيئة الناخبين من خلالها برنامجها الإنتخابي بوعود كثيرة عادة ما يعجز عن تنفيذ و تحقيقها ، أو على الأقل تعجز عن تنفيذ الكثير منها ، أو قد تنتهون في تنفيذها ، ولذا الأحزاب الأخرى و التي تسمى بالأحزاب المعارضة ، يكون عملها منصرفا إلى مراقبة أعمال الحكومة ، في إحترامها لنصوص الدستور، و كذلك القوانين الفرعية²

1-لامين شريط ، نفس المرجع السابق ، ص ص 254 ، 255
2- دندار نجمان شفيق الدوسكي ، التعددية الحزبية في الفكر الإسلامي الحديث ، ط 1 ، دار الزمان للطباعة والنشر والتوزيع ، دمشق 2009 ، ص 32

2-وظيفة الوساطة: تشمل تقريبا الوظائف التقليدية، حيث يظهر الحزب كمعبر عن الإرادة السياسية لمجموعة مختلفة ، أو طبقات أو فئات إجتماعية أو مجموعة عرقية أو دينية معينة الحزب هنا ، يصبح الناطق بإسم هذه المجموعات و المدافع المعبر عن مطالبها لدى الحكام عن طريق نقلها إلى الحكام ، أو تطبيقها في حالة الوصول إلى السلطة ، أما نحو الحكام فإنه يظهر كأداة حوار ونقاش ونقل معلومات، وكذلك وسيلة لتجاوز الصراعات والنزاعات

3-وظيفة التوفيق الإجتماعي: من المعلوم أن كل نظام سياسي يعمل قدر جهده من أجل البقاء والإستمرار، وهذا هو الشغل الشاغل للحكام ، لكن الفئات الإجتماعية محرومة من إمتيازات هذا النظام، تسعى إلى تدميره فالحزب عن طريق التنظيم و التنسيق، وعن طريق التعبير عن طموحات هذه الفئات ، يعمل على تهدئة الصراع الإجتماعي، وجعله صراعا سلميا و ديمقراطيا، وبالتالي يحقق التداول السلمي على السلطة والحفاظ على النظام السياسي نفسه، ومن ثم يحقق الوفاق الإجتماعي ، بين مختلف الفئات و الشرائح الإجتماعية كما أن هناك وظائف أخرى، تسعى من خلالها الأحزاب للوصول إلى السلطة السياسية وتتمثل في: 1:

-وظيفة التجنيد السياسي: تعد هذه الوظيفة من اللبانات الأساسية والوظائف الأساسية ، التي تستند إليها لأحزاب السياسية ، أو يقصد بها جمع حشد عدد كبير من الناخبين

-التنشئة السياسية: يقصد بالتنشئة السياسية العملية التي يكتسب بها المواطنون القيم والتقاليد والإتجاهات الإجتماعية ، السائدة ذات الدلالات السياسية ، فالتنشئة السياسية تبدأ بالأسرة مرورا بالجماعة إلى المؤسسات التعليمية المختلفة والنوادي ، بالإضافة إلى الأحزاب السياسية ، والتي تضطلع بهذا الدور البارز الذي يعمل على زيادة الوعي السياسي لدى الأفراد ، وتزويدهم بكافة المعلومات ، عن الأوضاع الإقتصادية والسياسية والإجتماعية من خلال الاجتماعات و المؤتمرات ، التي يعقدها الحزب دوريا ، و وسائل الإعلام.(2)

1-لامين شريط ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 255، 256.

2-سعاد الشرقاوي ، الأحزاب السياسية (أهميتها ، نشأتها ، نشاطها) ، مرجع سبق ذكره ، ص 127.

المبحث السادس: علاقة الأحزاب السياسية بالإتصال

إن عالم السياسة ، يصعب أن يوجد من دون إتصال ، لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخب السياسية ، وينطلق ذلك من النظام السياسي ، أيا كانت طبيعته ، فالمواطنین لابد أن يكونوا قادرين على إيصال مطالبهم إلى الحكومة ، وعلى الحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين ، وتبريرها لنيل رضاهم.

و الحزب السياسي ، شأنه شأن المؤسسات السياسية ، هو العنصر الجوهري الذي يجب على الحزب إتباعه في عمله.

من المعروف أن هدف أي حزب ، هو الوصول إلى السلطة أو المشاركة فيها ، وهذا هدف لا يمكن أن يحققه الحزب ، مالم يتمتع بالتأييد الشعبي الواسع، وهذا التأييد لابد من توفره عن طريق التأثير في هذه الجماهير، التي تشكل الرأي العام، وهنا تظهر أهمية الإتصال الذي يمارسه الحزب ، لبناء أكبر حجم ممكن من تأييد الشعبي له ، ولبرنامج السياسي.

إن وضع برنامج ناجح للإتصال في الحزب ، هو أهم مهمة في عملي بناء الحزب ، لأن الإتصاليوثر في كل ما يقوم به الحزب ، إبتداء من تحسين سبل إستقطاب أعضاء جد جمع وأموال للحزب ، إلى شرح مبادئ الحزب ، وسياسته للأعضاء و الإعلام و الجمهور.

إن عملية الإتصال هي عملية إرسال المعلومات ، من أحد المصادر (المرسل) إلى جمهور

(المتلقي) ، وقد تكون المعلومات المنقولة ، معلومات مثل ما قد يرد في رسالة من الحزب للأعضاء ، لإخبارهم عن إجتماع ما ، وقد تكون المعلومات المنقولة أكثر تعقيدا

مثل: كلمة يلقيها أحد قادة الحزب ، على أعضاء محتملين، و يطرح فيها سياسة الحزب في موضوع الخصومة مثلا، و في كلتا الحالتين يوجد مرسل و متلقي.(1)

1-مي الاحمر ، الأحزاب السياسية و الإنتقال إلى الديمقراطية، دليل القيادة والمنظمين و الناشطين حول الأسلوب الديمقراطي لبناء الأحزاب (د- ط) ، المعهد الديمقراطي الوطني لشؤون الدولية ، لبنان ، 2004 ، ص 29.

خلاصة الفصل

نستنتج في الأخير بأن الأحزاب السياسية ، تضطلع على تحديد الوظائف في النظم السياسية الحديثة مثل : التمثيل و الإتصال وربط المصالح ، وتجميعها ، وقد تصاغ تلك الوظائف في شكل أكثر تجنيد، وإختيار العناصر القيادية للمناصب الحكومية ، ووضع البرامج والسياسات الحكومة ، والتنسيق بين فروع الحكم و السيطرة عليها،وتحديد التكامل الإجتماعي، من خلال إشباع مطالب الجماعات و التوفيق بينها،والقيام بأنشطة التعبئة السياسية، والتنشئة السياسية.

ويفترض - بالطبع -في النظم السياسية الحديثة ، أن الأحزاب تقوم بأدوارها تلك في مجتمعات ، تتسم بدرجة عالية من المشاركة السياسية ، والقبول بشرعية النظام السياسي والتكامل الوطني ، وقد أضحت الأحزاب السياسية ، متغيرات مستقلة أي قوى مؤسسية مؤثرة و مستقلة ، تؤثر على التنمية السياسية والإجتماعية ، وتحقق الديمقراطية التشاركية والإجماع الوطني، والإبتعاد عن كل أشكال التطرف و التعصب،ورفض الآخر،والتهميش إنما يكون شعارها ، السلم التوافق في الرؤى والتعايش السلمي ، وقبول الآخر، وإختلاف لا يكون إلا بالأراء ، والأفكار والإتجاهات والمعتقدات.

الفصل الرابع: ماهية المشاركة السياسية

تمهيد للفصل

المبحث الأول: مفهوم المشاركة السياسية

المبحث الثاني: أهمية المشاركة السياسية

المبحث الثالث: دوافع المشاركة السياسية

المبحث الرابع: خصائص المشاركة السياسية

المبحث الخامس: متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة

المبحث السادس: العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية

المبحث السابع: معوقات المشاركة السياسية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعد المشاركة السياسية في أي مجتمع ، محصلة نهائية للعديد من العوامل الإجتماعية والإقتصادية والسياسية، تشكل بنية وسماته ، وهي إحدى مبادئ الديمقراطية الحديثة التي تقوم في الأساس ، على المواطنة والمساواة في الحقوق والواجبات، ترتبط المشاركة السياسية أساسا بالحرية الشخصية للفرد، وسيادة قيم المساواة ، وبإقرار الحاكمين المحكومين بأن لهم حقوق دستورية وقانونية ، تمنحهم الحق بالمشاركة في إتخاذ القرار دون أي ضغوطات ، والتي تختلف إختلافا تاما عن الأنظمة الشمولية ، التي تعتمد في حكمها على مبدأ الإحتكار للسلطة ، وعدم القدرة على تقبل التنوع في الرؤى ، والتوجهات الفكرية المتنوعة.

فالمشاركة السياسية ، هي ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية ، ويتوقف تطور المشاركة السياسية ، ونموها على إتاحة فرص المشاركة للجميع وجعلها حقا أصيلا يتمتع بها كل إنسان في المجتمع ، فكل المواطنين لهم الفرص المتكافئة لصياغة شكل الحكم والإسهام في تقرير مصير دولتهم، على النحو الذي يريدونه ، بحيث يكون بإمكانهم صياغة الظروف السياسية ، على النحو الذي يرغبون في العيش تحت ظله، كما أن المشاركة السياسية الهادفة ، هي التي تخلف أيضا معارضة قوية تتمتع بقدرة على طرح مجموعة من البدائل القادرة ، على تنمية المجتمعات وترقيتها وإزدهارها .

ومن ملامح المشاركة السياسية نجد: التوجه إلى صناديق الإقتراع في الإنتخابات للتصويت من أجل المفاضلة بين أكثر من مرشح ، ويأتي التصويت على رأس هذه الأنشطة السياسية، فضلا على أن الإشتراك في الندوات والمؤتمرات والإنضمام للأحزاب والجماعات السياسية المختلفة والنقابات المهنية، من إحدى ملامح المشاركة السياسية ، وقد يصل الأمر في بعض الأحيان إلى الترشح ، من أجل تقلد أحد المناصب السياسية ، ومن خلال هذا الفصل ، سوف نتطرق إلى المشاركة من خلال مباحثه.

حيث نتناول في المبحث الأول ، مفهوم المشاركة السياسية، وفي المبحث الثاني أهمية المشاركة السياسية، وفي المبحث الثالث ، دوافع المشاركة السياسية، وفي المبحث الرابع خصائص المشاركة السياسية، وفي المبحث الخامس متطلبات المشاركة السياسية، وفي المبحث السادس ، العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية، وفي المبحث السابع ، معوقات المشاركة السياسية.

المبحث الأول: مفهوم المشاركة السياسية (participation politique)

أ- لغة: المشاركة في اللغة العربية ، تعني الإشراف ، صار شريكه وإشتركا، في هذا وتشاركوا وشركة في البيع والميراث ، يشركه مثل: علمه تعلمه ، كما تعني المساهمة ، ويقال في اللغة العربية ، شارك في الشيء بمعنى، كان له نصيب ، فالمشاركة في ربط الفرد بالكل.¹

والمشاركة مشتقة من الفعل أشترك، بمعنى أدخل وفي الإنجليزية (participation) المشتقة من إسم المفعول للكلمة اللاتينية (participation) وتتكون من جزأي بمعنى جزء ، والثاني (compare) ويعني القيام بأمر، وتعني المشاركة حرفيا (to take parte) أي القيام بدور.²

أما السياسة فهي تشتق من ساس، يسوس ، بمعنى تدبير شؤون الناس وتمتلك أمورهم والرياسة عليهم، ونفذ الأمر فيهم، وتستخدم للدلالة على معاني القيادة والرياسة والحكم والتأثير والتربية والترويض.³

ب- إصطلاحا: تعددت تعريفات المشاركة السياسية ، من باحث إلى آخر حسب الإتجاهات الفكرية والمدارس المتشعبة والمختلفة، حيث يعرفها كل باحث حسب إختصاصه ، وتوجهه ومن بين هذه التعريفات نجد:

1- تعرف دائرة المعارف العلوم الإجتماعية المشاركة السياسية بأنها "الأنشطة الادارية التي يشارك بمقتضاها ، أفراد مجتمع في إختيار حكامه ، وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر، أي أنها تعني إشتراك الفرد ، في مختلف المستويات والنظام العمل السياسي".⁴

1- ياسر علي محمد عودة ، المشاركة السياسية-الاتجاه و الممارسة و علاقتها بالمسؤولية الاجتماعية وتأثير الأقران لدى طلبة القدس المفتوحة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، تخصص الإرشاد النفسي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علم النفس ،الجامعة الإسلامية فلسطين، 2004، ص 14
2- بوكري جميلي ، الشيايب و المشاركة السياسية في الجزائر ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإجتماع ، تخصص علم إجتماع التنمية كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علم الإجتماع ،جامعة منتوري، قسنطينة ، 2010، ص 14
3- حسن أبو رمان ، المرأة العربية و المشاركة السياسية ، (د- ط) ، دار سندباد للنشر، الأردن، 2000، ص 198
4- طارق محمد عبد الوهاب ، سيكولوجية المشاركة السياسية ، مرجع سبق ذكره ، ص 108

2- وفي تعريف "محمد السويدي" بأنها "النشاطات السياسية المباشرة (الرسمية): تقلد منصب سياسي عضوية الحزب، الترشح في الإنتخابات، التصويت، والنشاطات غير المباشرة، عضوية في هيئات التطوير والجمعيات والترقية الإجتماعية"¹.

3- كما عرفها معجم العلوم الإجتماعية، بأنها "عمل وإجراء تقوم به مجموعة حركات منظمة ، تتجه إلى التأثير في العالم الخارجي، وتستهدف غاية ما ، وكثيرا ما يعبر من الناحية الإجتماعية ، عن عمل مشترك، عمل إجتماعي ، عمل سياسي، وهي الأعمال التي تشترك فيها مجموعة من الأفراد، وتكون مباشرة عند اللجوء إلى وسائل غير سياسية كالإضطرابات والتحالفات، لإرغام الحكومة على القيام بتعديلات إجتماعية أو سياسية وتكون غير مباشرة عندما تتمثل في الجهود المقدمة من طرف الأحزاب السياسية للوصول إلى الحكم ، عن طريق الإنتخابات العامة ، لتنفيذ برامجها السياسية أو لإبداء وجهة نظرها في برامج ومشاريع الحزب الحاكم"

4- كما تعرف المشاركة السياسية بأنها "سلوك سياسي يتضمن تصرفات الأشخاص أو جماعات من الأفراد ، وردود أفعالهم فيما يتعلق بشؤون الحكم ، ويتضمن هذا السلوك السياسي الفردي أو الجماعي ، سائر الأنشطة بما فيها الإنتخاب ، كما أنها تفاعل الفرد عقليا و إنفعاليا ، مع موقف الجماعة بطريقة تشجعه على ذلك"².

5- كما تعرف المشاركة السياسة بأنها "إعطاء المواطنين الفرص المتكافئة لصياغة شكل الحكم، والإسهام في تقرير مصير دولتهم على النحو الذي يريدونه ، بحيث يكون بإمكانهم صياغة الظروف السياسية والإقتصادية والإجتماعية ، على النحو الذي يرغبون في ظله"³.

1- محمد السويدي، علم الإجتماع السياسي ، ميدانه و قضاياها ، (د-ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص 173

2- أحمد بداوي، معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية ، طح ، مكتبة لبنان، بيروت ، 1999، ص 38

3- سعد إبراهيم جمعة، الشباب و المشاركة السياسية، (د-ط)، دار الثقافة والنشر والتوزيع ، مصر ، 1984، ص 31

6- ويعرفها "**Muron Weiner**" على أنها " فعل تطوعي إختياري ناجح ومنظم، أو مستمر على شكل سلسلة متصلة ، يوظف بصورة شرعية ، أو غير شرعية ، الطرق التي تهدف للتأثير على إختيار السياسات العامة".

وهذا التعريف يستثني النشاطات الحكومة ، كالمنظمات والتجمعات الحاشدة الواقعة تحت إشراف الحكومة ، كما إستثنى أيضا الإنتخابات ذات المرشح الواحد ، لأن المواطن لا يملك خيار إنتقاء المسؤولين الحكوميين.¹

7- ويعرفها (**Huntington**) بأنها " أنشطة الأفراد التي تهدف إلى تأثير في صناعة القرار الحكومي، وتكون على شكل فردي أو جماعي، منظمة أو عفوية ، مستمرة، أو موسمية أو عنيفة ، فعالة أو غير فعالة، شرعية، أو غير شرعية"

نلاحظ من هذا التعريف أن المشاركة السياسية ، لا ترم إلى تغيير النظام بأسره ، بل إيجاد سبل جديدة لإعادة توزيع السلطة، على مواقع النفوذ المعنوي والسيطرة الفعلية ، على المجتمع.

8- وفي تعريف آخر للمشاركة السياسية ، هي "إنشغال المواطن بالمسائل السياسية، داخل نطاق مجتمعه ، سواء أكان هذا الإنشغال ، عن طريق التأييد أو الرفض أو المقاومة أو التظاهر"

9- في حين يذهب فريق آخر ، في تعريف المشاركة السياسية على أنها "عملية يلعب الفرد من خلالها دورا في الحياة السياسية ، وأن يشارك في صنع الأهداف العامة ، و تكون له الفرصة ، في أن يشارك في وضع الأهداف العامة ، لذلك المجتمع ، وكذلك أفضل الوسائل لتحقيق وإنجاز هذه الأهداف".²

1- بارعة النشقيدي، المشاركة السياسية للمرأة في الأردن و بعض الدول العربية ، (د- ط)، المؤسسة العربية للدراسات والنشيريوت ، 2001 ، ص 67
2- ثروت مكي ، مرجع سبق ذكره ، ص 67

- 10-** وهناك من ينظر إلى المشاركة السياسية نظرة ضيقة ، حيث تقتصر على عملية التصويت في الإنتخابات فقط ، فيرى **"فتحي الشرقاوي"** المشاركة السياسية بأنها تعني **"أن الفرد يحمل بطاقة إنتخابية ، ويذهب للإدلاء بصوته في صناديق الإقتراع ، في كافة الموضوعات السياسية ، التي تجريها الدولة"**¹
- 11-** وفي تعريف آخر للمشاركة السياسية هي **"تلك النشاطات التطوعية ، من طرف أعضاء من المجتمع ، حيث يساهم كل فرد بقسط من الأدوار، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في صياغة السياسة العامة"**²
- 12-** كما تعرف بأنها **"تعبير مختلف الأفراد و الأشكال التنظيمية، والالتزام عن طريق التعبئة والتحالف و التشارك ، من أجل تجديد المفاهيم و الممارسات السياسية ، والعمل على صياغتها وبلورتها"**³
- ج- إجرائيا:** بناء على التعريفات السابقة ، يمكن أن نعرف أن المشاركة السياسية أنها تشمل على كافة الأنشطة السياسية وغير المباشرة، فالمشاركة السياسية المباشرة ، تتمثل في صنع القرارات السياسية، وفي التصويت للإنتخابات ، وفي حضور المؤتمرات والمناقشات السياسية المهمة ، والإنخراط في الأحزاب السياسية ، وإختيار أفراد الشعب من يمثلهم في الدولة ، أما المقصود بالمشاركة غير المباشرة ، فهي تتمثل في بعض أشكال العمل السياسي بمختلف مستوياتها ، من مظاهرات إضطرابات وعن طريق هذه المشاركة يستطيع الفرد نيل حقوقه وواجباته ، وكيفية التعامل مع هذه الحقوق والواجبات⁴ والمقصود في دراستنا بالمشاركة السياسية ، هي مشاركة الشباب الجزائري ، بولاية تيزي وزو، في الأنشطة السياسية المتنوعة.

1- سامية بادي، المرأة والمشاركة السياسية -التصويت العمل الحزبي العمل النيابي- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم إجتماع التنمية ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، قسم علم الإجتماع ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005، ص30

2 - Liza bergstrom, political participation aqualitative studyof citizen in hongkong,thesis doctorat in political sciences, 2006 .china ,P4

3-Kaymond hundou,Christian poitrier, politique et société, revue eroduitsN:3,université montréal .Canada. 2008 pp.165166

4-محمد صخر ، أزمة المشاركة السياسية في البلدان النامية ، (د-ط)، جامعة دمشق ، سوريا ، 2011، ص 7

المبحث الثاني:أهمية المشاركة السياسية

تمثل المشاركة السياسية ، المحرك لعملية التنمية الشاملة والمستدامة ، عن طريق التركيز على العامل البشري ، وتنشيط دوره وتفعيله كحلقة أساسية، مدعمة لعلاقات التنمية وذلك بالشراكة في عملية صنع القرارات وتطبيقها ومراقبتها .

إن المشاركة السياسية ، تتيح للمواطن معرفة المشاكل وطرق طرحها ، وعرض حلولها وتقديم البرامج لذلك ، ومن هنا تصبح كصمام أمان للقرار السياسي ، المتخذ نتيجة إشراك المواطن فيه ، ويصبح معه الفرد مستعدا لتحمل نتائجه سلبا أو إيجابا.

فالمشاركة السياسية ، من أبسط حقوق المواطنة ،بحيث تمنح للفرد فرصة القيام بدوره في الحياة السياسية والاجتماعية والإقتصادية ، بقصد تحقيق أهداف التنمية الشاملة وبالتالي تصبح مفتاحا للتعاون والبناء ، بين المواطنين والمؤسسات الحكومية ، وقناة إتصال تدعم التوجه الديمقراطي ، بما تتيح إستتباب الأمن والسلم في المجتمع ، وتعتبر المشاركة السياسية ، إضفاء لمصادقية وشرعية النظام والهيئات الحكومية،وسياجا أمنيا للديموقراطية،وذلك من خلال تكريس حق المواطنين في التعبير عن آرائهم ، حول المسائل الوطنية،في حدود ما يسمح به القانون .¹

1- إبراهيم أبراش ،علم الاجتماع السياسي ، (د-ط) ، دار الشروق للنشر و التوزيع ،عمان ، الأردن ، 1998، ص ص 251-250

المبحث الثالث: دوافع المشاركة السياسية

يسعى الفرد للمشاركة في مختلف المجالات والميادين السياسية والإقتصادية والإجتماعية إنطلاقاً من عدة دوافع ، منها ما يتصل بالمجتمع ككل ، ومنها ما يتعلق بإهتمامات الفرد وإحتياجاته الشخصية ، وكل هذا يمكن الحديث عن نوعين من الدوافع.

1-الدوافع العامة: وتتمثل في الشعور بأن المشاركة السياسية واجب وإلتزام ، من كل فرد تجاه المجتمع،الذي يعيش فيه،مما يستوجب مشاركة الجماهير، وبفعالية في الحياة العامة للمجتمع، فيعبرون عن آرائهم وأفكارهم ورغباتهم ، فيما يجب إتخاذه من قرارات وقوانين وسياسات ، وفي البرامج والسياسات التي تتخذ إستجابة لإحتياجات المواطنين حب العمل والرغبة في مشاركة الآخرين ، في تطوير المجتمع ، وتحسين مستويات الخدمة فيه من خلال العمل في المجالات المختلفة ، التي تستهدف تحسين وجه الحياة على أرض الوطن والرغبة في تقوية الروابط بين مختلف فئات المجتمع وجماعته، والرضا أو عدم الرضا عن السياسات القائمة ، حيث أثبتت بعض الدراسات أن المشاركة الجماهيرية ، تزداد مع زيادة الرضا ، عن هذه السياسات والعكس صحيح ، وأن الذين يهتمون بالمشكلات العامة هم أكثر الناس رضا .

2-الدوافع الخاصة: محاولة التأثير على صنع السياسة العامة ، في المجتمع لتكون ملائمة للطلبات الخاصة بأفرادالمجتمع.

- تحقيق المكانة المتميزة بين أفراد المجتمع ، وإكتساب الشهرة ، للحصول على التقدير والإحترام

- إشباع الحاجة إلى المشاركة،حيث تنقسم حاجات الإنسان إلى خمس حاجات: وهي الحاجات الأساسية كالمأكل والملبس ، والحاجة إلى الأمن والإطمئنان والحاجة إلى المشاركة،والحاجة إلى العاطفة والتقدير والحاجة إلى تحقيق الذات

- تحقيق مصالح الشخصية ، تتمثل في السيطرة ، والتمتع بالنفوذ والسيطرة في تحقيق منافع مادية ، وغيرها من المصالح الشخصية ¹

1-الطاهر خاوة، دور الأحزاب السياسية في التحديث و المشاركة في بلدان المغرب العربي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، تخصص: علاقات دولية، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية، قسم العلاقات الدولية جامعة الجزائر3، 2014، صص28،27

المبحث الرابع: خصائص المشاركة السياسية

تتصف المشاركة السياسية بجملة من الخصائص أهمها:

-المشاركة سلوك تطوعي إرادي،حيث يقوم المواطنون بتقديم جهودهم التطورية ، نتيجة لشعورهم بالمسؤولية الإجتماعية ، تجاه القضايا والأهداف.

-المشاركة سلوك مكتسب،يتعلمه الفرد عن طريق تفاعله مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.

-المشاركة السياسية سلوك إيجابي،أي أنها تترجم إلى أعمال وثيقة الصلة ، بحياة وواقع الجماهير

-المشاركة السياسية حق وواجب ، في أن واحد، لكل فرد من أفراد المجتمع

-المشاركة السياسية هدف ووسيلة في آن واحد،فهي هدف لأن الحياة الديمقراطية تقتضي مشاركة الجماهير في المسؤولية الإجتماعية ، كما أنها وسيلة لتمكن الجماهير من القيام بدور محوري في دفع عجلة التنمية

-المشاركة السياسية تحتاج إلى ضمانات وإجراءات، تكفل ممارسة فعلية

- يجب أن تكون المشاركة السياسية نتيجة لضغوطات ، التي قد تمارسها السلطة على المواطنين للتأثير في درجة وكيفية مشاركتهم

- إن المشاركة السياسية لا تتم في غياب الحرية الإعلامية،وتدفق المعلومات من القيادة إلى القاعدة .¹

2- سعاد بن فقة ،المشاركة السياسية في الجزائر ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 84 . 85

المبحث الخامس:متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة

تتطلب المشاركة السياسية ، ضرورة توافر عدد العناصر التي تزيد من فاعليتها وتضمن بقائها وإستمرارها ، وتساعدنا في تحقيق أهدافها ومن أهم هذه المتطلبات:

-ضرورة ضمان توفير المتطلبات والإحتياجات الأساسية للجماهير ، مثل الغذاء والكساء والمسكن الملائم ، والصحة والتعليم وفرص العمل وحرية التعبير، وغيرها من الإحتياجات التي تحقق الإشباع المادي والنفسي للإنسان ، ويتيح له قدرا من الإستعداد للمشاركة في الحياة العامة داخل وطنه .

-إرتفاع مستوى وعي الجماهير، بأبعاد الظروف السياسية والإقتصادية والإجتماعية ، التي يمر بها المجتمع ، ويكتسب هذا الوعي،إما عن طريق سعي الأفراد لبلوغ هذا القدر المطلوب من المعرفة ، أو عن طريق الوسائل المختلفة لتكوين الرأي العام ، داخل المجتمع مثل: المؤسسات غير الحكومية ، كالتقانات المهنية والعمالية والجمعيات الخاصة والإتحاداتبالإضافة إلى الأحزاب السياسية

-الشعور بالإنتماء للوطن، وإحساس المواطنين بأن مشاركتهم في الحياة السياسية والإجتماعية والإقتصادية للمجتمع ، تمثل واجبا تفرضه العضوية في هذا الوطن.

-الإيمان بجدوى المشاركة ، فإحساس المواطن بأهمية المشاركة وفاعلية هذه المشاركة وسرعة إستجابة المسؤولين ، يعمق من شعوره بجدوى مشاركته ، ومردودها المباشر على تحسين صورة حياته ، وحياة ومناقشة تصريحات المسؤولين والقوانين العامة ، سواء داخل البرلمان ، أو عبر الصحف وفي الندوات العامة .¹

1- منى عليوة محمود، مفهوم المشاركة السياسية ، مركز الدراسات النظرية والحقوق المدنية،دمشق،2008، الموقع:www.UCAM./MA/FSJES/Bibli، تاريخ الزيارة : 24فيفري 2019، الساعة:18:00

- وجود التشريعات ، التي تضمن وتؤكد المشاركة وكذلك الوسائل والأساليب المتنوعة لتقديم وعرض لأراء والأفكار والإقتراحات بوضوح تام وحرية كاملة
- وجود برامج تدريبية ، لمن في مواقع المسؤولية سواء في الحكومة أو في المؤسسة غير الحكومية في المجتمع، لتدريبهم على مهارات الإستماع والإنصات ، وإحترام فكر الجماهير وكذلك على أساليب إهتمام الجماهير وتنمية قدراتهم على المشاركة.
- وجود القدوة الصالحة في كل موقع من مواقع العمل ، مما يستلزم التدقيق في إختيار القيادات ، والتأكد من وضع الرجل المناسب في المكان المناسب ، فهذه القدوة الصالحة من شأنها أن تكون مشجعة وليست معوقة للمشاركة ، كما يفترض فيها إيمانها بإمكانيات الشباب ودوره في عملية التنمية¹
- اللامركزية في الإدارة مما يفسح المجال أمام الجماهير، لكي تشارك في إدارة شؤون حياتها ويفتح الباب لكل الجهود ، والمساهمات التي تقدمها الجماهير.
- زيادة المنظمات التطوعية ، ورفع مستوى فاعليتها ، حتى تغطي أكبر مساحة ممكنة فتنشر في كل مكان ، وفي كل نشاط ، وأن يكون لها دور فاعل من خلال إتاحة صلاحيات أكثر لها ، ما يجعلها أكثر تأثيرا في خدمة المجتمع.
- تقوية دور المؤسسات التنشئة الإجتماعية والسياسية مثل: الأسرة والمدرسة والجامعة والمؤسسات الدينية والأحزاب ووسائل الإتصال وغيرها...وتشجيعها على غرس قيم المشاركة لدى الجماعي.²

1- منى عليوة محمود، مفهوم المشاركة السياسية ، نفس المرجع السابق.

2- سامية خيضر صالح، المشاركة السياسية و الديمقراطية، (د-ط)، مكتبة طريق المعرفة، القاهرة ، 2005، ص 50

المبحث السادس:العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية

هناك العديد من العوامل والمتغيرات ، التي تؤثر في سير عملية المشاركة السياسية، منها ما هو إجتماعي ، ومنها ما هو إقتصادي ، ومنها ما هو ثقافي ، إلى سلوكيات الأفراد السياسية وتنشئتهم ووعيهم السياسي ، ومن ذلك ما يلي:

1-السلوك السياسي للأفراد: لا تعد المشاركة السياسية سلوكا فرديا فقط،فهي تصب في النهاية في الحياة العامة للمجتمع ، فهي مرتبطة بقناعة الفرد وإيمانه ، إذ تنعكس المشاركة السياسية ، من خلال سلوكيات معينة ، تمارس في المجتمع، الجمعيات.¹

لايتطلب من الفرد أن يكون منظما سياسي،أو منضما لحزب معين ،أو مطالعا على جميع القضايا والأمور السياسية ، التي تخص بلده ومجتمعه،حتى يصبح ذا تأثيرا في العملية السياسية،أو حتى يستطيع المشاركة في صنع القرار السياسي، بغض النظر عن درجة تأثيره،إلا أنه مؤثر في سير العملية السياسية وشكلها ، عند قيام الأفراد بالمشاركة السياسية من خلال الأنشطة والفعاليات والسلوكيات المختلفة، فهم يؤثرون على العملية السياسية سواء أكان ذلك بالإيجاب أم بالسلب،فمثلا في مجال التصويت حيث يقرر الشخص الذهاب لمقرات الإقتراع والتصويت ، والإدلاء بصوته، فإنه بذلك ينهج سلوكا إيجابيا ، من أجل التغيير والمشاركة في صنع القرار، أما إذا إمتنع عن التصويت ، فإن ذلك يعد نشاطا سلبيا،لا يخدم المشاركة السياسية.

أما أن يظن الفرد ، بأن الأفراد ومؤسسات المجتمع المدني لا نفع لها،ولا بتأثير لها فذلك ظن خاطئ يندرج ، تحت السلوكيات السلبية للمشاركة السياسية ،وبالنسبة لمن تتاح لهم فرصة التعبير عن الرأي ، من خلال الصحف ووسائل الإعلام المختلفة،فإن الشخص المستخدم لهذه الوسائل ، بهدف المشاركة الفعالة في العملية السياسية بالشكل الصحيح والهادف ، فهو شخص إيجابي ينهج سلوكا إيجابيا ، أما إن كان الفرد يشعر بالخوف في التعبير عن رأيه فإنه²

1-ربيع محمد إسماعيل صبري ، موسوعة العلوم السياسية ،(د-ط)، جامعة الكويت ، الكويت ،1994، ص 494
2- حسن نافعة ، مبادئ علم السياسة، ط2، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة ، 2014 ، ص 19

يلزم الصمت ، ويهرب عن مواجهة واقع مجتمعه ، فالمشاركة الإيجابية هي الذهاب إلى صناديق الإنتخاب ، لإختيار ممثلي الشعب، يساعد على فرز نخبة سياسية ، تعبر عن الشعب وتتحدث بإسمه ، وتسهم في إدارة شؤونه في المجالات والمستويات كافة ، وإمتناع المواطنين ، أو أغلبهم عن ممارسة حقهم الإنتخابي ، قد يكون رسالة مقصودة ، تحمل الإحتجاج على سياسة ما، أو حتى عدم الإكتراث بالقضية التي تدور حولها.¹

2-المشاركة والتنشئة السياسية: يرتبط موضوع المشاركة السياسية ، بشكل مباشر بعملية التنشئة السياسية في المجتمعات ، ويستخدم مصطلح التنشئة للإشارة إلى تلك العملية السياسية والتربوية والإجتماعية المتجددة ، من خلالها الأفراد مجموعة المعارف السياسية والتوجهات السياسية والسلوك السياسي بشكل عام ، تبرز المعارف السياسية مجموعة ما يكتسبه المواطن من معرفة بالنظام السياسي ، ومؤسساته وممارسته سلطاته ، وكافة القضايا التي تتعلق بشؤون العامة بشكل عام ، ولقد إهتم الفكر السياسي منذ أقدم العصور بعملية المشاركة السياسية ، لإرتباطها بشكل مباشر بالإنتماء السياسي ، وقد أشار إلى ذلك (هريارت هايمان) في حديثه عن التنشئة السياسية ، حيث وضح أن الفلسفة الإغريقية ، قد إهتمت بموضوع التنشئة السياسية ، في ظل توسع الدولة من حيث المساحة ، وعدد السكان وقد أرجع الفيلسوف "كونفشيوس" ، فساد الحكم ، إلى غياب المواطنة الصالحة ، بسبب عدم قدرة الأسرة ، على تعليم الأبناء الفضيلة .

من هنا جاءت دعوته إلى تعليم الناشئة ، بشكل صحيح وسليم ، لتنشئتهم بما يساعد على خلق المواطنة الصالحة ، بسبب عدم قدرة الأسرة على تعليم الأبناء ، بقيم الفضيلة ، من هنا جاءت دعوته إلى تعليم الناشئة بشكل صحيح وسليم، لتنشئتهم بما يساعد على خلق المواطنة الصالحة ، فالمشاركة السياسية ترتبط بشكل كبير ووثيق بالتنشئة السياسية ، فإذا ما نشأ الفرد على تعلم تلك السلوكيات والأنشطة ، التي تخدم العملية السياسية ، فإنه بلا شك سيمارسها ²

1- حسن نافعة ، ميادىء علم السياسة ، نفس المرجع السابق ، ص 20
2- أحمد جمال ظاهر، "إتجاهات التنشئة الإجتماعية في المجتمع الأردني" ، دراسة ميدانية لمنطقة شمال الأردن، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد 3 ، 1986 ، ص 46

وسيتمتع بحقه في أدائها ، ونحن شاهدنا فروقا بين الأفراد ، في مستويات مشاركتهم السياسية ، فذلك يرجع إلى تنشئتهم السياسية ، ونلاحظ أن عملية التنشئة السياسية والإهتمام بما يزداد جيلا بعد جيل ، وذلك لما يجري من تغيرات إجتماعية وثقافية وتوعية ، خلال العقود والأزمة المتتالية ، وهذا ما نرى أثره واضحا على المشاركة السياسية.¹

3-المشاركة السياسية والتغيرات الإجتماعية والإقتصادية: إن المشاركة هي تعبير ونتاج لتفاعل الفرد مع طبيعة العلاقات الإجتماعية والسياسات السائدة في المجتمع ، وقد أظهرت معظم الدراسات ، أن هناك إختلافا في مستوى المشاركة السياسية ، بإختلاف المستويات الإجتماعية والإقتصادية والتعليمية ، لأن نسب المشاركة تزيد ، مع زيادة مستوى التعليم والمستوى الإقتصادي ، وهذا يفسر إنخفاض المشاركة في المجتمعات ، التي تزيد فيها نسبة الأمية أم الفقر، وقد أكدت الدراسات التي قام بها كثير من الباحثين ، في مجال العلوم السياسية والعلوم الإجتماعية ، ومن أبرز الدراسات التي أظهرت إرتباطا للمشاركة السياسية في المتغيرات الإقتصادية والإجتماعية ، دراسة(روبرت هيس 1967) ، ودراسة (سكوت 1980) ، والتي أظهرت أن للطبقات الإجتماعية ، تأثيرا مباشرا على المشاركة السياسية، ويؤكد (فيربا 1978) ، أن الإرتباط القوي بين إرتفاع المستوى الإجتماعيوالإقتصادي، والإنخراط في مستويات مختلفة

المشاركة السياسية هي مسألة عالمية ، وتأكدت في عدد كبير من بلدان العالم ، إلا أن الإرتباط بين هذا المستوى الإجتماعي الإقتصادي المرتفع ، والتصويت ينخفض في بعض البلدان حتى يصل إلى الصفر، ويرتفع في البعض الآخر، فعلى سبيل المثال ، الإرتباط في أمريكا ، قيمته 0.24 هو إرتباط متواضع، بالمقارنة بين إرتباط المستوى الإجتماعي الإقتصادي المرتفع ، وأوجه المشاركة السياسية الأخرى مثل: سويسر وفرنسا.²

1- أحمد جمال ظاهر ، "إتجاهات التنشئة الإجتماعية في المجتمع الأردني" ، نفس المرجع السابق ، ص 46
2- عبد الوهاب طارق محمد ، مرجع سبق ذكره ، 54

المبحث السابع: معوقات المشاركة السياسية

يحدد "robert hall" أهم المعوقات التي تجعل الأفراد ، لا يهتمون بالحياة السياسية وتعوقهم عن المشاركة في مجموعة من النقاط وهي:

- إذا وجد الشخص أن التعويض الذي يحصل عليه من خلال المشاركة السياسية، أقل بالمقارنة بالتعويضات ، التي يحصل عليها أي نشاط آخر.

- إحساس الفرد بصعوبة التغيير، فهذا الإحساس يدفعه إلى عدم المشاركة.

- شعور الفرد بمحدودية معلوماته السياسية، قد تعوقه عن المشاركة بفعالية في المجال السياسي.

- غياب التطابق بين المبادئ الإيديولوجية ، والمواقف والبرامج والنصوص القانونية

مع الممارسات السياسية الملموسة ، التي صاحبها تفشي الفساد الإداري والسياسي والمشاركة الشكلية الموسمية غير فعالة ، من قبل القوى السياسية ، حيث لا تظهر الأحزاب أثناء العملية الانتخابية ، بهدف تأدية أدوار معينة ، أو الحصول على الربيع الانتخابي ، أثناء الحملات الانتخابية .¹

- الحفاظ على الوضع القائم ، سواء في المؤسسات غير الرسمية ، كالأحزاب والجمعيات وغياب التداول على السلطة في حياتها الداخلية ، أو في المؤسسات الرسمية وبقاء نفس الأشخاص والسياسة .²

1- صحبية حماد ، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في المجتمع الجزائري - مدينة وهران نموذجا- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع

تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، جامعة وهران ، 2016 ، ص36

2- تامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والدراسات العامة، (د- ط) ، دراسة معاصرة في إستراتيجية إدارة السلطة، دار مجدولاي ، عمان، 2004

- عزوف الشباب عن الإنضمام للأحزاب السياسية ، حيث يلاحظ سيطرة الشيوخ على المناصب القيادية ، وبالتالي غياب التجديد والحيوية لتحريك العمل السياسي
- المشاركة السياسية ، إتخذت شكل التعبئة بغرض خلق مساندة ، دون أن تعبر عن مشاركة حقيقة نابغة من إهتمام بما تجري في المجتمع .¹

1- تامر كامل محمد الخزرجي ، النظم السياسية الحديثة والدراسات العامة ، نفس المرجع السابق ، ص138

خلاصة الفصل

وفي الأخير نخلص إلى أن المشاركة السياسية ، هي الركيزة الأساسية واللبنة الضروري في ترقية المجتمعات وازدهارها ، عن طريق القيام بمختلف الأنشطة والفعاليات الهادفة والمعقولة، وحسن اختيار الأفراد ذات الكفاءة العالية ، والخبرة المتمرسه لإدارة شؤون البلاد و العباد.

وهذه المشاركة السياسية ، التي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية ، ثم التصويت السياسي وأخيرا المطالب السياسية ، وعلى وفق ذلك فإن إرتفاع وعي الأفراد بأبعاد الظروف السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية ، تعد من المتطلبات الأساسية المشاركة السياسية الفعالة.

أهمية المشاركة السياسية ، تكمن بإتاحة المجال أمام كل شرائح المجتمع ،المشاركة بشكل فعال في وضع الخطط و السياسات و المشاركة قي تنفيذها، والإشراف عليها وتوجيهها وتقييمها ، مما يعود بالفائدة علي المجتمع ، ويؤدي إلي تمركز القوة بيد قوة دون أخرى، بل يتيح ذلك توزيع مصادر القوة داخل المجتمع.

المشاركة السياسة ، هي الركن الركين للديمقراطية، التي تتمثل في التعبير عن الآراء والأفكار، ومختلف القضايا السياسية للأمة، عن طريق الفعل أو القول ، أو الأحاسيس المشتركة ، فهي عبارة عن فعل تطوعي و إرادي ، يعود إلى الفرد في الأخير .

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي للدراسة

عرض و تحليل معلومات و بيانات الدراسة

تمهيد

- 1- نبذة تاريخية عن المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو
- 2- الهيكل التنظيمي للمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو
- 3- أهداف العلاقات العامة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو
- 4- وسائل الإتصال المستخدمة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو

5- مجتمع البحث وعينته

6- التحليل الكمي والكيفي للجداول

1- التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة

2- التحليل الكمي و الكيفي للجداول المركبة

7- عرض المقابلات و التعليق عليها

8- عرض نتائج الدراسة

1- عرض النتائج الجزئية للدراسة

2- عرض النتائج العامة للدراسة

خلاصة الدراسة

التوصيات والإقتراحات

تمهيد:

نتطرق في هذا الإطار التطبيقي والأخير للدراسة ، إلى عرض وتحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها ، وتعد هذه المرحلة ، من أساسيات البحث العلمية ومقتضياته ، وهذا لأهمية البيانات المتحصل عليها ، وعلاقتها بإشكالية البحث و أهدافه.

وقد تحصلنا على بيانات كمية و معلومات نوعية ، أما النوعية فتمثلت في الحصول على معلومات حول تاريخ نشأة المكتب الولائي ، لحزب جبهة القوى الإشتراكية ، بولاية تيزي وزو، وهيكله التنظيمي ، وأهداف العلاقات العامة في هذا الحزب ، ووسائل الإتصال المستخدمة فيه ، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع مختلف الفاعلين ، في هذا الحزب والتعليق عليها ، أما البيانات الكمية، فكانت في عرض البيانات ،وتبويبها في شكل جداول تضمنت نسبا مئوية ، من خلال الجداول البسيطة،والجداول المركبة من خلال توظيف متغيرات الدراسة ، المتمثلة في السن و الجنس والمستوى التعليمي ، مع القيام بقراءة وتحليل البيانات و تفسيرها ، والتعليق عليها، بهدف إستخلاص النتائج.

1- نبذة تاريخية عن المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو :

هو أول حزب سياسي معارض في الجزائر، تم إنشاء هذا الحزب سنة 1963 ، من قبل "حسين أيت أحمد" ، الذي كان عضوا في الجمعية التأسيسية ، ثم إنتقل إلى المعارضة بسبب عدم تمكنه من التعبير الحر ، في الجمعية التأسيسية ، ومنعها من توفير دستور البلاد وقد لجأ حسين أيت أحمد إلى العصيان المسلح ، وكان من نتائج الحكم على حسين أيت أحمد بالإعدام، غير أنه تمكن من الفرار إلى سويسرا ، أين كانت منفاه إلى غاية التعددية الحزبية ، التي عرفت ظهور العديد من الأحزاب في 1989 ، بعدها نظمت أول إنتخابات تشريعية سنة 1991، تحصل على 25 مقعدا ، خلف الجبهة الإسلامية للإنقاذ وهو ما جعله الحزب المعارض الأقوى ، كما يعتبر الحزب الوحيد ، الذي يطالب بعودة الجيش إلى الثكنات ، ومن مبادئ الحزب يرى حزب الأفافاس عدم الإستغلال للدين ، لأهداف سياسية من قبل الأحزاب الأخرى ، وتعتبر جبهة القوى الاشتراكية ، بأنه لا يتعارض بين الاشتراكية وإقتصاد السوق ، هذا الأخير الذي لا يتعارض مع أشكال العدالة الإجتماعية بالنسبة لمسألة الهوية يرى هذا الحزب ، بأن هناك إقصاء متعمد لأحد المقومات الأساسية للهوية الوطنية وهي الأمازيغية.

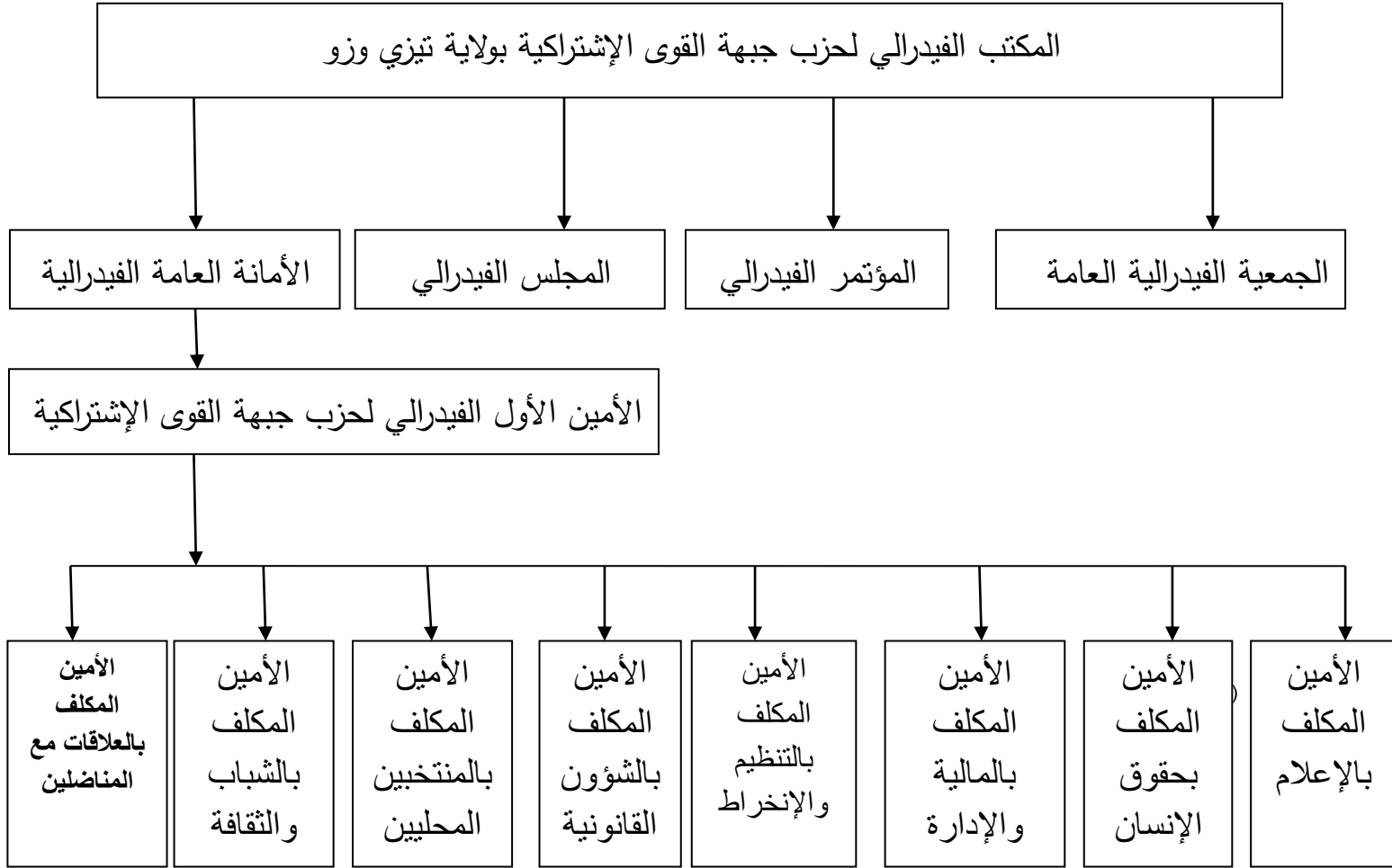
رغم محاولات الحزب الكبيرة لإعطاء الإنطباع ، على أنه حزب يمثل كافة أنحاء الوطن إلا أنه ظل يعاني من الصورة التي ارتسمت عليه ، وكونه حزب جهوي يمثل منطقة القبائل والحقيقة أن جبهة القوى الاشتراكية تراهن على منطقة القبائل ، باعتبارها قاعدة تمكنها من الوقوف في وجه السلطة ، وبالتالي قد تصنف على أنها حزب ذو طابع جهوي ، أما في حالة التركيز على باقي مناطق الوطن ، قد يفقد الحزب القاعدة الرئيسية له ، والمتمثلة في منطقة القبائل ، لصالح غريمه التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية¹.

1- عبد النور ناجي، تجربة الإنتخابات الجزائرية في نظام التعددية السياسية (1991-2007)، (د-ط) ، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة ، 2008 ، ص64

أما سنة إنشاء هذا المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو، فيعود إلى سنة 1989، بعد ظهور التعددية الحزبية ، حيث ظهرت العديد من الأحزاب السياسية مكرسة إنتهاء عهد الأحادية الحزبية، التي كان فيها حزب الأقالان ، الحزب المسيطر على النواحي السياسية والإجتماعية والإقتصادية ، وتعود ظروف تأسيس هذا المكتب لولائي لحزب الأفافاس ، حيث قام الناشطون السياسيون آنذاك بحزب الأفافاس ، بنصب الخيم في وسط المدينة ، مطالبين بالحق في التعبير وفي التعددية الحزبية ، وفتح المجال للأحزاب الأخرى ، في تقديم بدائل ومبادرات من أجل المصلحة العليا للبلاد عامة ، أما فيما يخص حزب جبهة القوى الاشتراكية ، فكان هدفه هو إقامة جمهورية سياسية ، تتيح كل أشكال التعبير، ومبدأ تكافؤ الفرص ، وترقية اللغة الأمازيغية ، ويقع هذا المكتب الفيدرالي في المدينة العليا ، بوسط المدينة يتكون هذا المكتب الفيدرالي من 19 عضوا ، ينتخب الأمين الأول للفيدرالية ، من طرف أمناء الفروع البلدية لمدة سنتين قابلة للتجديد ، يقوم الأمين الأول للفيدرالية ، بتقديم حصيلة سنوية ، لنشاط أمانته أمام المجلس الفيدرالي ، كما يقوم بإختيار أعضاء أمانته ، من بين مناضلي الفيدرالية ، في أول دورة عادية للمجلس الفيدرالي التي تلي إنتخابه.¹

1- مقابلة مع السيد: مفران فتحي، عضو بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية ، بمقر المكتب الولائي للحزب بولاية تيزي وزو ، يوم 12 سبتمبر 2019 على الساعة: 12:00

2-الهيكل التنظيمي للمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو:1



1- مقابلة مع السيد: ممران فتحي، عضو بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية ، نفس المرجع السابق

3- أهداف العلاقات العامة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي وزو:

- بناء صورة ذهنية إيجابية ، عن حزب جبهة القوى الإشتراكية ، ومحاولة ترسيخها لدى الجماهير
- إبراز الوزن السياسي للحزب ، وتعزيز موقعه في الساحة السياسية الوطنية
- كسب التأييد وبناء الدعم والمساندة السياسية في قراراته
- تأكيد المكانة السياسية للحزب ، في الساحة السياسية الوطنية والمحلية والمحافظة عليها.
- العمل على نشر مبادئ الحزب ، في المجتمع مثل: إرساء دولة القانون وحقوق الإنسان والشفافية والجمهورية الثانية
- إبراز الجوانب الإيجابية لسياسة حزب الأفافاس وتوجهاته
- كسب الأصوات في الإنتخابات ، وهو من أبرز الأهداف التي يسعى إليها حزب الأفافاس إلى درجة أن البعض يفهم العلاقات العامة السياسية ، على أنها تنظم الحملات الإنتخابية وإدارتها مع أن هذه المسألة ، لا تعد أن تكون إحدى أنشطة العلاقات العامة
- تعديل الصورة الذهنية السلبية عن الحزب ، وسياساته وتوجهاته¹.

1- محمدالجمال راسم، معوض عباد خيرت،التسويق السياسي و الإعلام،الإصلاح السياسي في مصر، (د-ط) ،الدار المصرية اللبنانية القاهرة،2005،ص60

4- وسائل الإتصال المستخدمة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية بتيزي**وزو:**

نعني بوسائل الإتصال ، هي تلك الأساليب التي على أساسها تقوم عملية الإتصال وهي كالتالي:

1-التعليمات والأوامر:تكون عملية الإتصال للمكتب الولائي لحزب الأفافاس ، من خلال إصدار الأوامر والتعليمات ، من القيادة العامة للحزب بالعاصمة ، إلى كافة المكاتب للمكاتب الولائية للحزب ، ثم إلى كافة المكاتب البلدية ، للقيام بعمل معين .

2-الإستشارات:قد يواجه المكتب الولائي لحزب الأفافاس بعض الصعوبات والمشاكل ، مما يدفعه إلى الإستعانة ، ببعض الخبراء مثل:الأساتذة الجامعيين ذوي الخبرة في حل هذه المشاكل والمعوقات .

3-التقارير والنشريات:تعتبران من أهم وسائل الإتصال ، في المكتب الفيدرالي لحزب الأفافاس بولاية تيزي وزو، كونها تساهم في تزويد إدارة المكتب الفيدرالي للحزب ، بأكبر حصيلة من المعلومات ، حول حقيقة التنفيذ ومايتخلله من وقائع ، ومؤشرات داخلية وخارجية ، مما يساهم في تفعيل وترقية الأداء السياسي والوظيفي ، لهذا المكتب

أما النشريات فيكون هدفها ، هو إعلام مناضلي الحزب وأعضائه بكافة المستجدات والتطورات السياسية ، وكذا مواقف الحزب تجاه السلطة السياسية في البلاد.¹

1- حسن محمد خير الدين،الإعلان ، (د- ط) ،مكتبة عين الشمس،القاهرة ، 2000 ، ص 45

4-المقابلات: ويقصد بها المقابلة الرسمية ، بين أعضاء ومناضلي الحزب وجها لوجه ، من أجل تبادل المعلومات ، أو مقابلات ميدانية مع المواطنين ، للإستماع إلى مشاكله وإنشغالاته ، والعمل على حلها .

5-الإجتماعات والمؤتمرات: تعد من أهم وسائل الإتصال ، في المكتب الفيدرالي لحزب الأفافاس ، التي تهدف إلى تبادل الأفكار والآراء ، بين مناضلي الحزب وأعضائه ، أو مع المواطنين ، وفيه يلتقي الأفراد في مواعيد دورية عادية أو إستثنائية ، حيث تعمل على إتاحة الفرص للجميع ، للمشاركة والتعبير عن آرائهم ، حيث يتم الإجتماع ، من خلال تحديد جدول الأعمال ، وينتهي باتخاذ القرارات عن طريق التصويت بالأغلبية .

6-الهاتف: يعتبر من أهم وسائل الإتصال ، في المكتب الولائي لحزب الأفافاس ، كونه كثير الإستخدام في هذا المكتب لنقل المحتوى الوظيفي ، أو بين مختلف المسائل الإدارية¹ .

7-خط الفاكس: يعد من بين الوسائل المهمة ، كونه يتخطى حاجز المسافة والزمن ، لتحميل الوثائق والنصوص والمخططات .

8-لوحة الإعلانات: توضع تحت تصرف أعضاء المكتب الولائي لحزب الأفافاس ، كوسيلة إتصال ، لتبليغ الأعضاء بتعليمات أو أخبار ، أو معلومات تحفيزية

9-الأنترنت والمواقع الإلكترونية: تعد شبكة الأنترنت شبكة ضخمة ، تتكون من شبكات مرتبطة ببعضها البعض ، والتي تربط العمل الإداري الداخلي بالحزب ، بالعمل الإداري الخارجي ، من خلال التنسيق والتنظيم والتدفق السريع ، والسهل للمعلومات والبيانات إضافة إلى موقع حزب القوى الإشتراكية ، الذي يتيح تقديم مختلف المعلومات وأهم أنشطة وفعاليات الحزب.

10-البريد الإلكتروني: هو نوع هام في الإتصال ، يتميز بالإعلام السريع، ويسمح بتبادل وصعود المعلومات، بالإضافة لتكلفته البسيطة ، ويسمح بالإستغناء عن العديد من الوسائل².

1- حسن محمد خير الدين ، الإعلان ، نفس المرجع السابق ، ص 45

2- مصطفى حجازي ، الإتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ، (د-ط) ، دار الطلبة ، بيروت ، 1998 ، ص 160

11-مجلة المكتب الولائي للحزب: هي تصدر من هذا المكتب ، لتغطي الكثير من المسائل والقرارات الصادرة ، عن هذا المكتب ، بالإضافة إلى التعريف بمختلف الوظائف والأنشطة التي يقوم بها هذا المكتب ، وهذه المجلة تسمى « LIBRE ALGERIE »

12-الملصقات: التي تعلق عليها الصور والرسومات ، لنقل أفكار معينة أو معلومات خاصة ، بمكتب الحزب الولائي.

13-الخرائط: تستخدم كوسيلة إتصال، في نقل المعاني والمفاهيم ، على المستوى المكتب الولائي للحزب ، بالإضافة إلى وسائل أخرى مثل: محاضرات الفيديو ، وإقامة المعارض والأبواب المفتوحة ، ورعاية التظاهرات الرياضية والاجتماعية ، إضافة إلى دليل مكتب الحزب الولائي.1.

5-مجتمع البحث وخصائصه:

إعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية ، المتمثلة في شريحة الشباب المتفاعلين مع حزب جبهة القوى الاشتراكية ، بولاية تيزي وزو، وقد واجهنا صعوبات في توزيع الإستمارات ، نظرا لعدم لصعوبة تعاون المبحوثين وتواصلهم معنا.

تم إختيار ولاية تيزي وزو، لإجراء الدراسة الميدانية نظرا لقرب المنطقة ، مما سهل علينا التعامل مع مجتمع البحث ، وكذا كثرة عدد الأفراد المتفاعلين بحزب جبهة القوى الاشتراكية ، بالإضافة إلى الطابع السياسي الحساس لمنطقة تيزي وزو .

إعتمدنا في تحليل البيانات الخاصة بدراستنا ، على ثلاثة متغيرات لقياس مختلف الفروق فيما يتعلق بتفاعل الشباب مع حزب الأفافاس ، وتتمثل هذه المتغيرات ، في الجنس ، السن المستوى التعليمي .

1- مصطفى حجازي ، الإتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ، نفس المرجع السابق، ص 160

6- التحليل الكمي و الكيفي للجداول

1- التحليل الكمي و الكيفي للجداول البسيطة :

الجدول رقم 1: توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس / الإجابة
62%	62	ذكر
38%	38	أنثى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة الذكور عالية تقدر بـ 62% ، ثم تليها نسبة الإناث التي تقدر بـ 38% ، وهذا التوزيع مقصود ، من خلال التركيز على جنس الذكور أكثر من الإناث كونهم أكثر متابعة وإهتماما بالشأن السياسي العام ، وأكثر ميلا في خوض النقاشات والحوارات السياسية ، على عكس الإناث اللواتي يهتمن بالشأن السياسي، و لكن بدرجة قليلة و متفاوتة .

جدول رقم 2: توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن / الإجابة
38%	38	من 18 سنة إلى 23 سنة
34%	34	من 24 سنة إلى 29 سنة
28%	28	من 30 سنة إلى 35 سنة
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول ، بأنه قدرت أعلى نسبة بـ38% ، والتي تمثل فئة من 18 سنة إلى 23 سنة ، ثم نسبة 34% التي تمثل فئة من 24 سنة إلى 29 سنة ، وفي الأخير نجد فئة من 30 سنة إلى 35 سنة ، التي تمثل نسبة 28% .

من خلال هذه البيانات الرقمية ، وقع إختيارنا على فئة من 18 سنة إلى 23 سنة ، لأن هذه الفئة ذات قابلية للحصول على المعلومات ، بهدف تنمية شخصياتهم وتحقيق التنشئة السياسية ، أما الفئة العمرية الثانية من 24 سنة إلى 29 سنة ، فيعود إلى كونهم أنهم في مرحلة التكوين وإكتساب الخبرة السياسية ، أما الفئة العمرية من 30 سنة إلى 35 سنة ، لأن الشاب هنا ، يكون في مرحلة من النضج السياسي ، تجعله يميز كل الأمور السياسية وبصفة عامة ، وقع الاختيار على هذه الفئة العمرية للشباب ، بإعتبارهم فئات أكثر حيوية ولهم قدرة على التفاعل مع الأحداث السياسية وأكثر مسؤولية .

الجدول رقم 3: توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة المستوى التعليمي
2%	2	إبتدائي
17%	17	متوسط
3%	3	ثانوي
78%	78	جامعي
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول، بأن أعلى نسبة تقدر 78% و التي تمثل فئة المستوى الجامعي ثم نسبة 17% ، تمثل فئة المستوى التعليم المتوسط ، ثم تليها نسبة 3% ، تمثل فئة المستوى التعليمي الثانوي ، وأخيرا نجد فئة المستوى التعليمي الإبتدائي ، الذي تقدر نسبته بـ 2% . كان إختيارنا للفئة ذات المستوى الجامعي مقصودا ، وذلك بإعتبارهم زبدة المجتمع، ونخبته بهدف معرفة آرائهم ، حول مدى مساهمة العلاقات العامة بالأحزاب السياسية، في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، ومن أجل تقديم معلومات ومقترحات ، في حين وقع الإختيار على المستويات التعليمية الثلاث: الإبتدائي المتوسط والثانوي ، بهدف التعرف على آرائهم مدى إسهام العلاقات العامة في تفعيل المشاركة السياسية، لدى الشباب من طرف الأحزاب السياسية و مدى متابعتهم للأحداث السياسية بالإضافة إلى إعطاء المجال والحيز للتعبير بكل ديمقراطية ، لجميع المستويات التعليمية المختلفة .

جدول رقم 4 : مدى الإهتمام بالسياسة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
31%	31	غالبا
58%	58	أحيانا
11%	11	نادرا
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول ، بأن 58% من المبحوثين يهتمون بالسياسة أحيانا ، وهي أعلى نسبة ، ثم تليها نسبة 31% الذين يهتمون بالسياسة غالبا ، و في الأخير نجد نسبة 11% من إجابات المبحوثين الذين يهتمون بالسياسة نادرا .

إن الذين يهتمون بالسياسة أحيانا ، يعود إما لضيق الوقت أو الإهتمام بالأحداث السياسية الهامة، مثل: الحراك الشعبي ، أما الذين يهتمون بالسياسة غالبا ، فيعود ذلك إلى الرغبة في معرفة كل جديد في الساحة السياسية بالجزائر ، وكذا تجديد المعلومات والتثقيف السياسي أما الذين يهتمون بالسياسة نادرا ، فهذا يعود إلى كثرة الإنشغالات و ضيق الوقت.

جدول رقم 5 : مصادر الحصول على المعلومات السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
التلفزيون	54	30.68%
الجرائد	21	11.93%
الأنترنت	71	40.34%
الإذاعة	11	6.25%
الاتصال الشخصي	8	4.54%
الملتقيات	1	0.56%
الندوات	10	5.68%
المجموع	176	100%

نلاحظ من خلال الجدول، أن الأنترنت تحتل المرتبة الأولى، كمصدر للحصول على المعلومات السياسية، بنسبة تقدر بـ 40.34% إجابات المبحوثين ، ثم يليه التلفزيون بنسبة تقدر بـ 30.68%، ثم تليها الجرائد بنسبة تقدر بـ 11.93%، من إجابات المبحوثين، أما الإذاعة فتقدر نسبتها بـ 6.25%، من إجابات المبحوثين، في حين تمثل الندوات نسبة تقدر بـ 5.68% من إجابات المبحوثين، ثم يليه الإتصال الشخصي بنسبة تقدر بـ 4.54% من إجابات المبحوثين، وأخيرا الملتقيات تحتل المرتبة الأخيرة بنسبة تقدر بـ 0.56% من إجابات المبحوثين .

يدل إحتلال الإنترنت المرتبة الأولى، كأهم مصدر للحصول على المعلومات السياسية، من خلال تميزه بطابع الخصوصية و الحرية الشخصية، في تصفح المعلومات السياسية ونفس الشيء مع الجرائد و الإذاعة، وهذا من أجل وضع تحليلات و تأويلات، لكل تلك المعلومات أما التلفزيون فهو وسيلة هامة، للحصول على المعلومات السياسية ، خاصة مع إجتماع العائلة أو الأصدقاء ، من أجل الدخول في نقاشات سياسية ، أما الندوات فهي مصدر هام

للحصول على المعلومات السياسية، إلى جانب الإتصال الشخصي بهدف النقاش و التحليل و معرفة الإتجاهات السياسية ، السياسية المعلومات، أما الملتقيات فلا جدوى منها.

جدول رقم 6: الأطراف المعنية لنقاش المواضيع السياسية المتلقاة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أفراد العائلة	30	20.27%
زملاء العمل و الدراسة	36	24.32%
الأصدقاء	59	39.86%
ممثلي الأحزاب السياسية	7	4.72%
مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	16	10.81%
المجموع	148	100%

نلاحظ من خلال الجدول، أن النقاش مع الأصدقاء يحتل المرتبة الأولى، بنسبة تقدر بـ39.86%، من إجابات المبحوثين، ثم يليه النقاش مع زملاء العمل أو الدراسة ، بنسبة تقدر بـ24.32%، من إجابات المبحوثين، ثم أفراد العائلة بنسبة تقدر بـ20.27% من إجابات المبحوثين ، أما المرتبة الرابعة، فتتمثل في مستخدمي التواصل الاجتماعي، بنسبة تقدر بـ 10.81% من إجابات المبحوثين ، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة ، تتمثل في ممثلي الأحزاب السياسية بنسبة تقدر بـ 4.72% من إجابات المبحوثين

إن إحتلال الأصدقاء المرتبة الأولى، بإعتبارهم من الأطراف الهامة لنقاش المواضيع السياسية ، وكذلك زملاء العمل أو الدراسة ، يدل على الأفراد المبحوثين أفرادا إجتماعيين يتصلون فيما بينهم، دون أي طابع للخصوصية، و دون وجود حواجز فيما بينهم في المواضيع السياسية المتلقاة ، وكذلك النقاش مع العائلة يدل على وجود حوار وتواصل دون أي عقدة نفسية، أما متصفح مواقع الفيسبوك فيدل على أن أفرادها يتصفون بطابع الخصوصية، والسرية والحرية في التعبير مع المستخدمين الآخرين، وهذا يعود إلى عدم

القدرة عن التعبير وجها لوجه، في حين أن الأفراد الآخرين ، يفضلون نقاش المواضيع السياسية، مع ممثلي الأحزاب السياسية، بإعتبارهم فاعلين في الساحة السياسية ، ولهم دور هام للنقاش

جدول رقم 7: أهم التنظيمات المعنية بالإنخراط

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
حزب سياسي	18	23.07%
نقابة	4	5.12%
تنظيم طلابي	19	24.35%
جمعية	37	47.43%
المجموع	78	100%

نلاحظ من خلال الجدول ، بأن المنخرطين من خلال الجمعية ، يمثلون نسبة 47.43% من إجابات المبحوثين، ثم يليه المنخرطين بالتنظيم الطلابي، بنسبة تقدر بـ 24.35% من إجابات المبحوثين، أما الحزب السياسي، فيمثل نسبة 23.07% من إجابات المبحوثين أما في المرتبة الأخيرة فنجد المنخرطين في النقابة، بنسبة تقدر بـ 5.12% من إجابات المبحوثين.

إن إحتلال الجمعية المرتبة الأولى، في عدد المنخرطين فيها بإعتبارها تنظيم، يدل على أن غالبية أفرادها طلبة جامعيين، مهمتهم تقديم خدمة للمجتمع، سواء كانت ثقافية أو بيئية أو سياسية، وهي من التنظيمات التطوعية للإنخراط فيها، ثم يليه التنظيم الطلابي الذي يدل على أن منخرطيه طلبة جامعيين، لهم دور في الدفاع عن مصلحة الطالب الجامعي وحقوقه، في حين أن المنخرطين في الحزب السياسي، أغلب أفرادها طلبة جامعيين مهمتهم الدفاع عن مصالح هذه الحزب، أما النقابة فتحتل المرتبة ما قبل الأخيرة ، ومنخرطوها مهمتهم هي الدفاع على مصلحة العامل.

جدول رقم 8 : أسباب الإنخراط في هذا التنظيمات

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الإقتناع ببرامجهم	37	52.85%
إنتماء أحد أفراد العائلة لأي تنظيم	17	24.28%
تحقيق مصلحة شخصية	16	22.85%
المجموع	70	100%

من خلال قراءتنا للجدول، نلاحظ أن أكبر نسبة تقدر بـ 52.85%، من إجابات المبحوثين لمن إنخرطوا لاقتناعهم ببرنامج هذا التنظيم، ثم يليه نسبة 24.28% من إجابات المبحوثين ، نظرا لإنتماء أحد أفراد العائلة لأي تنظيم من هذه التنظيمات، ثم يأتي تحقيق المصلحة الشخصية ، بنسبة تقدر بـ 22.85% من إجابات المبحوثين الأسباب الأخرى.

يدل الإقتناع بالبرامج المتعلقة بهذا الحزب، من أسباب الانخراط في هذا التنظيم كون أغلبية منخرطيها، على مستوى عال من الوعي و المسؤولية و النشاط و الرغبة في العمل من أجل تغيير الواقع ، و لهذا السبب يحتل المرتبة الأولى ، في حين نجد انتماء أحد أفراد العائلة من بين الأسباب الإنخراط في هذا التنظيم ، وقد يكون أحد أفراد العائلة أماً أو أباً أو أماً، وذلك لمواصلة مسيرة النضال والكفاح ، ثم تأتي تحقيق المصلحة الشخصية ، من بين أسباب الإنخراط، في إحدى هذه التنظيمات، قد تكون هذه المصلحة مكاسب مالية ، أو إقامة علاقات مع أطراف فاعلة ، أو إستخدام ممتلكات التنظيم لأغراض شخصية، كما هو الحال في التنظيم الطلابي.

جدول رقم 9: مواصفات الرجل السياسي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مناضلا في حزب سياسي	30	30%
متعلما	27	27%
لديه مهارات في الاتصال	9	9%
نزيتها	34	34%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن صفة النزاهة تأتي في المقام الأول بنسبة تقدر بـ 34%، من إجابات المبحوثين، ثم تليه صفة النضال في الحزب بنسبة تقدر بـ 30%، ثم يليه المستوى التعليمي للشخص السياسي، بنسبة تقدر بـ 27%، ثم يليه توفر مهارات الإتصال لدى الشخص السياسي بنسبة تقدر بـ 9% .

نستنتج من خلال إجابات المبحوثين، أن صفة النزاهة تأتي في المرتبة الأولى ، لأن الشخص السياسي، يجب أن يكون أميناً و صادقاً، ولا يتصف بالخيانة و الخداع ، ثم تليها صفة النضال في الحزب ، باعتبار أن الشخص السياسي يمثل واجهة الحزب و سفيرها، و هو المدافع عن مصالح حزبه ، ثم يأتي في المرتبة ما قبل الأخيرة ، توفر مهارات التواصل بين أعضاء الحزب ومع الجماهير، باعتبار حسن التواصل والإتصال الركيزتان الأساسياتان ، لمخاطبة الجماهير، وفي إدارة مختلف الصراعات .

جدول رقم 10: مدى وجود المستوى العالي من الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري

الإجابة	لتكرار	النسبة المئوية
نعم	54	54%
لا	46	46%
المجموع	100	100%

يتضح من خلال الجدول، أن أغلبية المبحوثين ، يروون بأن هناك مستوى عال من الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، بنسبة تقدر بـ54%، في حين أن نسبة 46% من إجمالي المبحوثين، ينفون عدم وجود مستوى عال من الوعي السياسي لدى الشباب .

إن وجود مستوى عال من الوعي السياسي ، لدى الشباب الجزائري، يدل على أنه أصبح أكثر وعيا بالقضايا السياسية الراهنة،وتفاعله وتجاوبه معها، بدليل النقاشات السياسية البناءة حول الحراك الشعبي، و مستقبل الجزائر في الأيام القادمة، في حين يعود عدم وجود الوعي السياسي لدى الشباب، لكونه سئم من السياسة ومن وعود المسؤولين السياسيين،ومن القرارات السياسية الإرتجالية ، التي لا تصب في مصلحة الشباب الجزائري .

جدول رقم 11: مدى الإيمان بتعدد الآراء لدى الشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	92	92%
لا	8	8%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن نسبة 92% من إجمالي المبحوثين، يؤمنون بتعدد الآراء وإختلافها، في حين نجد نسبة 8%، من إجمالي المبحوثين يروون عكس ذلك .

تدل إجابات المبحوثين الذين يروون بأنهم يؤمنون بتعدد الآراء وإختلافها ، بأن الإختلاف سنة في الكون، و يجب على كل فرد أن يحترم رأي الآخرين، و لو كان غير مقتنع به وأن تكون هناك ثقافة لقبول الآخر، والتعايش في جو من الإخاء والتضامن، أما الذين ينفون ذلك أي عدم إيمانهم بتعدد الآراء و إختلافها،إنما يدل على التعصب و تغليب ثقافة الأنا والرأي الأحادي بدل الرأي و الرأي الآخر ، و هنا لا يوجد تكريس للديمقراطية التشاركية .

جدول رقم 12 : مستوى الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	17	17%
متوسطة	72	72%
واسعة	11	11%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن نسبة 72% من إجمالي المبحوثين، وهي أعلى نسبة يروون بأن مستوى ثقافتهم السياسية متوسطة، في حين تقدر نسبة الضعف في الثقافة السياسية ، بـ 17% من إجمالي المبحوثين، وفي الأخير نجد أن مستوى الثقافة السياسية واسعة بنسبة تقدر بـ 11% من إجمالي المبحوثين .

يرجع سبب وجود مستوى متوسط للثقافة السياسية ، لدى إجمالي المبحوثين ، إلى قلة المطالعة و الدخول في نقاشات سياسية، أو عدم وجود وقت لمتابعة الأحداث السياسية ، أما مستوى الثقافة السياسية الضعيفة، فيعود إلى عدم الإهتمام بالسياسة ، وعدم وجود تنشئة سياسية معتبرة ، إضافة إلى عدم الإنخراط في أي تنظيم ، أما مستوى الثقافة السياسية الواسعة ، فيعود إلى إكتساب أصحابها لمعارف قبلية، ومعلومات سياسية ، تسمح لهم بالتحليل السياسي.

جدول رقم 13: مدى الحضور لفعاليات الجامعة الصيفية لحزب سياسي معين

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	16%
لا	84	84%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن نسبة 84% من إجابات المبحوثين ينفون حضورهم للجامعة الصيفية لحزب معين، في حين نجد نسبة 16% من إجابات المبحوثين، أكدوا حضورهم لفعاليات الجامعة الصيفية .

من خلال هذه البيانات الرقمية ، يتأكد لنا بأن الذين لم يحضروا فعاليات الجامعة الصيفية لحزب معين، بأنهم ليسوا منخرطين في حزب معين، أو أنهم جاهلين بها، أو غير مهتمين بالسياسة أصلا، في حين أن الذين حضروا لفعاليات الجامعة الصيفية، نجدهم منخرطين في حزب معين، أو لهم رغبة في إكتساب الخبرة السياسية، والتنشئة السياسية على أسس متينة.

جدول رقم 14: مدلولات و معان المشاركة السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الإنخراط في حزب سياسي	35	25.36%
الترشح للانتخابات	6	4.34%
مناقشة القضايا السياسية	47	34.05%
حضور تجمعات حزبية	7	5.07%
الإنخراط في الجمعيات والمنظمات	14	10.14%
المشاركة في المسيرات	23	16.66%
الإضراب عن العمل أو الدراسة	6	4.34%
المجموع	138	100%

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول، بأن مناقشة القضايا السياسية ، تحتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 34.05 % ، من إجمالي الإجابات المبحوثين، ثم يليه الإنخراط في حزب سياسي بنسبة تقدر بـ 25.36%، من إجابات المبحوثين، أما المرتبة الثالثة تتمثل في المشاركة في المسيرات بنسبة تقدر بـ 16.66% من إجابات المبحوثين، ثم يليه الإنخراط في الجمعيات و المنظمات ، بنسبة تقدر بـ 10.14% ، من إجابات المبحوثين أما الترشح للانتخابات و الإضراب عن العمل أو الدراسة، فتقدر نسبتهما بـ 4.34% لكل منهما ، من إجابات المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، نجد بأن مناقشة القضايا السياسية، تأتي في المركز الأول من حيث معنى المشاركة السياسية، خصوصا القضايا الراهنة مثل : الحراك الشعبي

و ضرورة رحيل النظام السابق و رموزه ، في حين يرتبط معنى مشاركة السياسية بالإنخراط في الأحزاب و الدفاع عن مصالح الحزب و عن المجتمع، أما المرتبة الثالثة فإن

معنى المشاركة السياسية ، هو المشاركة في المسيرات، للتعبير عن مطالب سياسية وإجتماعية أو إقتصادية من طرف الشعب، أما في المرتبة الرابعة فمدلول المشاركة السياسية يشير إلى الإنخراط في الجمعيات و المنظمات، من أجل تقديم منفعة للمجتمع وفي المرتبة الخامسة ، نجد حضور التجمعات الحزبية، شكل من أشكال المشاركة السياسية من أجل التغيير السياسي، والتعبير عن الآراء السياسية، و في المرتبة السادسة فإن معنى المشاركة السياسية ، تتمثل في الترشح للانتخابات، من أجل ضخ دماء جديدة في السلطة ، و كذلك الإضراب عن العمل أو الدراسة شكل من أمثال التعبير عن الواقع السياسي.

جدول رقم 15: مدى المشاركة في التجمعات و اللقاءات الحزبية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	%34
لا	66	%66
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة 66% من إجمالي المبحوثين، ذكروا بأنهم لم يشاركوا في التجمعات و اللقاءات الحزبية، في حين ذكر 34% من إجمالي المبحوثين ، بأنهم حضروا و شاركوا في التجمعات الحزبية .

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن الذين لم يشاركوا في التجمعات الحزبية ، يعود إلى عدم إهتمامهم بالشأن السياسي العام، أو عدم إقتناعهم بالخطاب السياسي لمسؤولي الأحزاب السياسية، في نجد أن الذين حضروا وشاركوا في التجمعات للقاءات الحزبية، بأن أغلبهم منخرطون في الأحزاب السياسية، ومعظمهم يسعى لإكتساب الخبرة السياسية وتكوين أنفسهم سياسيا ، وهذا يدل على إهتمامهم بالشأن السياسي العام .

جدول رقم 16: إمتلاك بطاقة الناخب من عدمه

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	%53
لا	47	%47
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول، بأن 53% من إجابات المبحوثين ذكروا بأنهم يملكون بطاقة الناخب، في حين ذكر 47% من إجابات المبحوثين، بأنهم لا يمتلكون بطاقة الناخب .

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن إمتلاك أغلب المبحوثين لبطاقة الناخب ، يعود إلى وعيهم السياسي، بضرورة التغيير السياسي الهادف و البناء، وحسن المسؤولية الموجود لديهم، في حين أن الذين لا يمتلكون بطاقة الناخب، يعود بالأساس أنه لا يوجد ثقة و شفافية بين الشعب السلطة، وهناك غياب الإتصال و عدم الوفاء بالوعد ، من قبل المسؤولين السياسيين ، كما يعود إلى عدم الإهتمام ، و لإكتراث بالشأن السياسي العام.

جدول رقم 17:مدى المشاركة في الإنتخابات

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	45	%45
لا	55	%55
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول، بأن 55% من إجمالي إجابات المبحوثين، لم يشاركوا في الإنتخابات، في حين ذكر 45% من إجابات المبحوثين بأنهم شاركوا في الإنتخابات .

يتضح من خلال البيانات الرقمية، بأن عدم مشاركة أغلبية المبحوثين في الإنتخابات ،يعود إلى عدم فعالية دور السلطة السياسية، وعدم ثقتهم بالمسؤولين السياسيين، وعدم الإهتمام بالقضايا السياسية، في حين نجد أن مشاركة المبحوثين في الإنتخابات، يعود إلى رغبتهم في تغيير الوضع السياسي للبلاد، والمشاركة في إتخاذ القرار، وإختيار الرجل المناسب في المكان المناسب .

جدول رقم 18:مدى المشاركة في الحملات الانتخابية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	20%
لا	80	80%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة الذين لم يشاركوا في الحملات الانتخابية، تقدر بـ80% من إجابات المبحوثين أما الذين شاركوا في الحملات الانتخابية، فتقدر النسبة بـ20% من إجابات المبحوثين .

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا أن عدم مشاركة أغلبية المبحوثين ، في الحملات الانتخابية،يعود إلى وجود شرخ بين السلطة و الشعب، وعدم وجود الثقة المتبادلة ،أما الذين شاركوا في الحملة الانتخابية،فيعود ذلك إلى تمتع هؤلاء الأفراد بالوعي السياسي والرغبة في التغيير السياسي ، ومساندة مرشح الحزب .

جدول رقم 19: أسباب المشاركة في الحملات الانتخابية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
65 %	13	إكتساب خبرة سياسية
0 %	0	من أجل تحقيق مصلحة شخصية
15 %	3	بدافع من مقربين (أسرة ، أصدقاء)
20 %	4	مشاركة عفوية
100 %	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول، بأن إكتساب الخبرة السياسية تأتي في المرتبة الأولى ،بنسبة تقدر بـ65 % من إجابات المبحوثين ، ثم تأتي في المرتبة الثانية ، المشاركة العفوية بنسبة تقدر بـ20%، من إجابات المبحوثين ، وفي المرتبة الثالثة، نجد أن سبب المشاركة السياسية بدافع عن مقربين من الأسرة والأصدقاء ، بنسبة تقدر بـ15% من إجابات المبحوثين،في حين أن تحقيق المصلحة الشخصية، لم تذكر في إجابات المبحوثين، من أسباب المشاركة في الحملة الانتخابية .

من خلال البيانات الرقمية ، يتضح لنا بأن إكتساب الخبرة السياسية ، تأتي في المقام الأول كدافع للمشاركة في الحملة الانتخابية،وهذا حرصا من الأفراد المبحوثين ، على تبوأ مناصب سياسية ،وتليه المشاركة العفوية، من دون هدف أو نتيجة المهم هو المشاركة من أجل المشاركة ،وبعده يليه التشجيع من الأسرة والأصدقاء ، كدافع و تشجيع منهم نتيجة احتكاكه مع هذه الجماعات، إما لتحقيق المصلحة الشخصية ، فتتعدم عند المشاركة في هذه الحملة، سواء أكانت هذه المصلحة مادية أو معنوية.

جدول رقم 20: أسباب عدم التنشيط و المشاركة في الحملات الانتخابية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا تهتم بالسياسة	7	7.77%
ظروفك لا تسمح	29	32.22%
لا منفعة ترجى منها	32	35.55%
لا جدوى من هذه الحملات	22	24.44%
المجموع	90	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن عدم وجود منفعة ترجى من هذه الحملات الانتخابية تأتي بنسبة تقدر بـ 35.55% من إجابات المبحوثين، ثم تليه الظروف التي لا تسمح بذلك، بنسبة تقدر بـ 32.22% من إجابات المبحوثين، ثم تأتي عدم جدوى هذه الحملات بنسبة تقدر بـ 24.44% من إجابات المبحوثين، أما المرتبة الرابعة فتعود إلى عدم الإهتمام بالسياسة بنسبة تقدر بـ 7.77% من إجابات المبحوثين .

من خلال هذه البيانات الرقمية، يظهر لنا بأن هذه الحملات الانتخابية ، لا منفعة ترجى منها و يعود ذلك إلى ضعف الخطاب السياسي، لمرشحي الانتخابات، وعدم وجود أسس متينة للإلتصال مع الجماهير، ثم يليه بعد ذلك الظروف غير المواتية للمشاركة في الحملات الانتخابية، سواء وجود إنشغالات مهنية أو ضيق الوقت، تليه عدم وجود جدوى من هذه الحملات ، لأنها مرادفة لتضييع الوقت و المال والجهد، وفي الأخير نجد عدم الإهتمام السياسي ، كسبب في عدم المشاركة في الانتخابات، كون هذه الحملات ما هي إلا ذر للرماد في العيون ، وتقديم وعود كاذبة للجماهير .

جدول رقم 21: مستوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	47	47%
متوسطة	42	42%
قوية	11	11%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن 47% من إجمالي إجابات المبحوثين، بأنها تتسم بالضعف في حين يرى 42% ، من إجابات المبحوثين، بأن هذه المشاركة متوسطة، أما نسبة 11% من إجمالي إجابات المبحوثين، فذكروا بأنها تتسم بالقوة .

من خلال البيانات الرقمية، يظهر بأن مستوى المشاركة السياسية للشباب الجزائري تتسم بالضعف، وهذا لعدم وجود ثقافة سياسية لديهم، إلى جانب تراجع دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، في حين نجد في المرتبة الثانية بأن المشاركة السياسية متوسطة ، وهذا إلى إهتمام الشباب الجزائري بالقضايا السياسية الكبرى ، التي تتعلق بمصير البلد، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة، فيعود سبب قوة المشاركة السياسية إلى رغبة الشباب في معرفة كل ما هو جديد في الساحة السياسية ، والمساهمة في التغيير السياسي البناء، ووجود تراكمات معرفية في السياسة ، بالإضافة إلى احتكاكهم بمسؤولي الأحزاب السياسية .

جدول رقم 22: أسباب قوة المشاركة السياسية للشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
وجود أحزاب قوية	1	09.9%
الثقة في النظام السياسي	0	0%
الرغبة في التغيير	10	90.90%
المجموع	11	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن أكثر من 90.90% من نسبة المبحوثين ، يؤكدون بأن الرغبة في التغيير، سبب لقوة المشاركة السياسية لدى الشباب، وفي المرتبة الثانية يعود إلى قوة الأحزاب السياسية ، بنسبة تقدر بـ 09.9% من إجابات المبحوثين، في حين أن الثقة في النظام السياسي ، تنعدم فيها النسبة ، أي نسبة 0%.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن الرغبة في التغيير، يحتل المركز الأول من إجابات المبحوثين ، لأن الشعب يرغب في ضخ دماء جديدة في السلطة و القضاء على الممارسات السياسية المنافية كالفساد و الرشوة و التعسف في إستعمال السلطة، وفي المرتبة الثالثة، يليه وجود أحزاب سياسية، لها برنامج سياسي ، يتوجه إلى تطلعات وآمال الجماهير.

في حين أن عنصر الثقة في النظام غائب ، وغير موجود نظرا للهوة ، والفجوة الواسعة والعميقة الموجودة بين الشعب و السلطة السياسية، وعدم وجود إتصال و تواصل بينهما .

جدول رقم 23: أسباب عدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
غياب التنشئة الاجتماعية	10	10%
غياب الوعي السياسي	40	40%
قلة فعالية المؤسسات	21	21%
عدم وجود حريات سياسية	17	17%
تراجع دور العلاقات العامة بالأحزاب السياسية	12	12%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، أن غياب الوعي السياسي، يعد السبب الأول لعدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية، بنسبة تقدر بـ 40% من إجابات المبحوثين، يليه في المرتبة الثانية قلة فعاليات المؤسسات السياسية، بنسبة تقدر بـ 21% من إجابات المبحوثين، في المرتبة الثالثة نجد عدم وجود حريات سياسية ، بنسبة تقدر بـ 17% من إجابات المبحوثين، ثم يليها تراجع دور العلاقات العامة بالأحزاب، بنسبة تقدر بـ 12% من إجابات المبحوثين، ثم يليه غياب التنشئة الاجتماعية ، بنسبة تقدر بـ 10% من إجابات المبحوثين .

من خلال البيانات الرقمية، يظهر لنا بأن غياب الوعي السياسي ، يأتي في المرتبة الأولى لعدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية، وهذا لعدم تمتع الشباب بالثقافة السياسية اللازمة التي تسمح له بالمشاركة السياسية، ثم يأتي ضعف فعالية المؤسسات السياسية، نتيجة لعدم قيامها بدورها من خلال الحملات التحسيسية، وعدم القيام بأدوارها تجاه المجتمع، وفي المرتبة الثالثة ، يظهر أن عدم وجود حريات سياسية مثل : الحرية في التعبير و الحرية في التفكير و المعارضة، من بين أسباب عدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية ،بالإضافة إلى تراجع دور العلاقات العامة بالأحزاب، وعدم وجود برامج ومخططات إستشرافية للمستقبل، يجعل دور هذه الأحزاب غامضا، ثم يأتي غياب التنشئة الاجتماعية من قبل الأسرة و المدرسة والحزب و الجامعة ، كسبب لعدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية .

جدول رقم 24: خصائص إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
واضحة	28	%28
غامضة	40	%40
غير منظمة	32	%32
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة 40% من إجمالي المبحوثين، يروون بأن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس ، تتسم بالغموض، وفي المرتبة الثانية، ذكر المبحوثون بأنها إستراتيجية غير منظمة، بنسبة تقدر بـ 32% من إجمالي المبحوثين، في حين تأتي في المرتبة الثالثة حسب إجابات المبحوثين ، بأنها إستراتيجية واضحة المعالم بنسبة تقدر بـ 28%.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح حسب إجابات المبحوثين ، بأن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس تتسم بالغموض، نظرا لعدم وضوح برامجها السياسية و أدواره المنوطة به و ضعف أعضائها، في مهارات الاتصال و الحوار، أما في المرتبة الثانية فهي إستراتيجية غير منظمة في هذا الحزب، كونها لا تعمل على الإستغلال الأمثل للموارد البشرية والمادية ، وعدم الإلتفات لإنشغالات المواطنين الحقيقية، وفي المرتبة الثالثة يظهر بأن إستراتيجية الحزب من خلال العلاقات العامة تتسم بالوضوح، وذات أسس علمية سليمة من خلال النزول في الميدان لمواجهة المواطنين، وإصدار التقارير و نشرات تهم المواطنين، و إبراز مواقف الحزب السياسية، ومبادراته الفعلية لتحقيق التنمية، في شتى المجالات السياسية الإجتماعية و الثقافية و الإقتصادية .

جدول رقم 25 : دور وظائف العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
التثقيف بالمعلومات السياسية	29	22.13%
تزويد الشباب بالمعلومات حول برامج الحزب	40	30.53%
تكوين الإتجاهات تجاه الأحزاب السياسية	10	7.63%
التنسيق بين أعضاء الحزب السياسي و الشباب	13	9.92%
تقييم و تقويم برامج الأحزاب السياسية	5	3.81%
البحث عن أساليب التأثير وإقناع الشباب بأفكار الحزب	34	25.95%
المجموع	131	100%

تأتي وظيفة تزويد الشباب بالمعلومات السياسية حول برامج الحزب، في المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 30.53% من إجابات المبحوثين، ثم تأتي وظيفة البحث عن أساليب التأثير وإقناع الشباب بأفكار الحزب ، في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ 25.95% من إجابات المبحوثين، ثم تليه وظيفة التثقيف بالمعلومات السياسية بنسبة تقدر بـ 22.13% من إجابات المبحوثين، بعده تأتي وظيفة التنسيق بين أعضاء الحزب السياسي و الشباب، بنسبة تقدر بـ 9.29% من إجابات المبحوثين، و تليها وظيفة تكوين الإتجاهات السياسية تجاه الأحزاب السياسية بنسبة تقدر بـ 7.63% من إجابات المبحوثين، في المرتبة السادسة تأتي وظيفة تقييم و تقويم برامج الأحزاب السياسية، بنسبة تقدر بـ 3.81% من إجابات المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن، وظيفة تزويد الشباب بالمعلومات السياسية حول برامج الحزب، تأتي في المقام الأول من خلال تزويد الشباب بكل ما هو جديد عن الحزب ، وعن أهم نشاطاته السياسية، ثم تليه وظيفة البحث عن أساليب الإتصال للتأثير على الشباب من أجل إستمالاته إلى الحزب و جذبه، ثم تأتي وظيفة التثقيف بالمعلومات من خلال فعاليات الجامعة الصيفية وعقد الملتقيات و الندوات ، تليه وظيفة التنسيق بين أعضاء الحزب السياسي و الشباب لعقد سلسلة من النشاطات ، والفعاليات الحزبية، وبعده تليه وظيفة تقييم تكوين الإتجاهات السياسية (معارض ،موال) بهدف تنشئة الأفراد الشباب سياسيا وفي المرتبة الأخيرة نجد وظيفة تقييم و تقويم برامج العلاقات العامة، بهدف معرفة مواطن القصور والضعف و العمل على إصلاحها في هذا الحزب .

جدول رقم 26: الفترة الزمنية لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مؤقتة	48	48%
دورية	41	41%
دائمة	11	11%
المجموع	100	100%

يؤكد أغلبية المبحوثين، بأن برامج العلاقات العامة بحزب الأفافاس مؤقتة، بنسبة تقدر بـ48% من إجابات المبحوثين ، و في المرتبة الثانية ذكر لنا المبحوثين بأنها برامج تتسم بالدورية، بنسبة تقدر بـ41% من إجابات المبحوثين ، في حين ذكر لنا 11% من المبحوثين بأنها برامج تتسم بالديمومة و بصفة دائمة .

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن برامج العلاقات العامة بحزب الأفافاس مؤقتة أي أنها تكون فقط أثناء الحملات والإستحقاقات الإنتخابية، وفي المرتبة الثانية تعد برامج العلاقات العامة في هذا الحزب، ذات طابع دوري، من خلال عقد ملتقيات وإجتماعات خلال يوم في الأسبوع أو الشهر، في حين تتميز برامج العلاقات العامة بأنها دائمة في هذا الحزب ، من خلال العمل كل يوم لإصدار نشریات و مواقف و مبادرات متعلقة بالحزب والإستماع لإنشغالات المواطنين، والعمل على حلها بشكل منظم و سليم و هادف .

جدول رقم 27 : أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مهم	74	%74
غير مهم	26	%26
المجموع	100	%100

يؤكد أغلبية المبحوثين، بأن التخطيط مهم لبرامج العلاقات العامة بحزب الأفاقاس بنسبة عالية تقدر بـ74% من إجابات المبحوثين، في مقابل ذلك نجد نسبة 26% تنفي بأن التخطيط لبرامج العلاقات العامة في حزب الأفاقاس مهم.

من خلال البيانات الرقمية ، يتضح بأن التخطيط يحتل أهمية كبيرة حسب إجابات المبحوثين ، كونه يعمل على تنفيذ النشاطات وتطبيق البرامج، بأسس علمية سليمة ، في حين سبب عدم أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة في حزب الأفاقاس ، يعود إلى الرغبة في الوصول إلى نتائج سريعة بأقل وقت وجهد ومال، بالإضافة إلى إفتقاده إلى التنظيم والتنسيق بين أعضائه .

جدول رقم 28: أسباب أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوي الاشتراكية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
تحديد الرؤية الإستراتيجية لحزب الأفافاس	21	28.37%
إعتبره العنصر الأساسي لنجاح برامج العلاقات العامة	21	28.37%
المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع	32	43.24%
المجموع	74	100%

يؤكد أغلبية المبحوثين، بأن المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع، يأتي في المرتبة الأولى، بنسبة تقدر بـ 43.24% من إجابات المبحوثين، ثم يليه تحديد الرؤية الإستراتيجية، في المركز الثاني، بالإضافة إلى كونه العنصر الأساسي ، لنجاح برامج العلاقات العامة ، في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ 28.37% من إجابات المبحوثين، من خلال البيانات الرقمية، يتأكد لنا أهمية التخطيط في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع، وإنما يتم ذلك بأسس علمية وسليمة ، ذات مقاييس صارمة لا تخضع للشك أو العشوائية وذلك من خلال الإستخدام الأمثل للموارد البشرية والمالية ، كما أن التخطيط السليم لبرامج العلاقات العامة بحزب الأفافاس، يساعد على تحديد الرؤية الإستراتيجية للحزب ومدى قدرته على التمتع في الساحة السياسية، والتمتع بقاعدة جماهيرية كبيرة ، فعن طريق التخطيط السليم والجيد ، لبرامج العلاقات العامة، في حزب الأفافاس، فإنه يمكنه من إنجاز كل النشاطات و الفعاليات الحزبية و السياسية، بكل سهولة و ذات فعالية كبيرة .

جدول رقم 29: مدى قدرة حزب جبهة القوى الإشتراكية في إقناع الشباب بالمشاركة السياسية من خلال التاريخ العريق و المشرف للحزب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	59	59 %
لا	41	41 %
المجموع	100	100 %

يؤكد 59% من إجمالي المبحوثين، أن حزب الأفافاس يعمل على توظيف سمعة الحزب الحسنة الذي له تاريخ عريق، و مشرف و له أمجاد لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ، في مقابل ذلك نجد نسبة 41% من إجمالي المبحوثين، تنفي لعب الحزب على أمجاده و بطولاته المشرفة،

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يروون بأن حزب الأفافاس يعمل على توظيف بطولاته وأمجاده، كونه أول حزب معارض بعد الإستقلال، و إستغلال إسمالزعيم الرحيل "حسين آيت أحمد"، كونه مدرسة سياسية بإمّياز، في مقابل ذلك يرى بقية المبحوثين أن سياسة و تاريخ الأحزاب، لا تبين بالعواطف و الأحاسيس و الرجوع إلى الخلف، إنما عن طريق برامج و فعاليات و نشاطات سياسية ، و عمل دائم و مستمر من أجل إقناع الشباب بالمشاركة السياسية.

جدول رقم 30:مدى مصداقية قرارات و نشاطات حزب جبهة القوى الاشتراكية بالنسبة للشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
غالباً	20	20%
أحياناً	52	52%
نادراً	28	28%
المجموع	100	100%

يتضح من خلال الجدول، بأن نسبة 52% من إجمالي المبحوثين يرون بان قرارات حزب الأفافاس ذات مصداقية لديهم أحياناً، في حين نجد نسبة 28% من إجمالي المبحوثين يرون أن قرارات حزب الأفافاس، ليس ذات مصداقية لديهم، وفي مقابل ذلك نجد نسبة 20% من إجمالي المبحوثين، يؤكدون بأنه ذات مصداقية لديهم غالباً.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح بأن قرارات حزب جبهة القوى الاشتراكية ذات مصداقية أحياناً، إذا كانت تتعلق بإنشغالات و مشاكل المواطنين، و تتناغم مع مطالب الشعب و آماله في حين لا تمثل قرارات الحزب، أية مصداقية بالنسبة للشباب الجزائري نظراً لخيبات الأمل التي أصيب بها الشباب الجزائري من الأحزاب السياسية عامة، و حزب الأفافاس خاصة جراء سياسات الحزب و ومواقفه، في حين نجد بقية المبحوثين ، يؤكدون بأن قرارات الحزب ذات مصداقية كبيرة غالباً، وهذا يعود إلى كون الحزب معارض، وليس موالياً للسلطة ، وقراراته تنبع إنطلاقاً من مطالب الشعب و آماله، بالإضافة إلى كون الحزب مدرسة سياسية، بامتياز يحظى بالقبول الشعبي في مدينة تيزي وزو.

جدول رقم 31: مدى إستعانة حزب جبهة القوى الإشتراكية بوسائل الإعلام لتغطية مختلف الأنشطة و الفعاليات الحزبية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	76	76%
لا	24	24%
المجموع	100	100%

يؤكد أغلبية المبحوثين، بنسبة تقدر بـ76%، أن حزب الأفافاس يستعين بوسائل الإعلام لتغطية مختلف الأنشطة و الفعاليات الحزبية، في حين ينفي 24% من إجمالي المبحوثين أن حزب الأفافاس، لا يستعين بوسائل الإعلام لتغطية النشاطات السياسية و الفعاليات الحزبية.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن حزب الأفافاس يستعين بوسائل الإعلام بمختلف أنواعها: المكتوبة و السمعية و البصرية و التكنولوجية، من أجل نشر المعلومات و البيانات و النشريات، وكذلك لتحقيق مبدأ الشفافية و النزاهة ، وكشف الحقائق أمام الجمهور والتعريف بالحزب لكسب متعاطفين، ومساندين له في المستقبل، أما بقية المبحوثين فيرون أن الحزب لا يعتمد على وسائل الاتصال ، نظرا للحصار المفروض على الحزب من طرف السلطة ، كونه حزب معارض ، مقارنة مع أحزاب الموالاة ، التي تلقى كل الدعم و المساندة المعنوية و المالية، من طرف السلطة السياسية في الجزائر.

جدول رقم 32:مدى إعتما د حزب جبهة القوى الإشتراكية على التظاهرات الرياضية والاجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	% 42
لا	58	% 58
المجموع	100	% 100

نلاحظ من خلال الجدول، بأن أغلبية المبحوثين ينفون إعتما د حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية و الاجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية بنسبة تقدر بـ58% من إجمالي المبحوثين، في حين نجد نسبة 42% من إجمالي المبحوثين، يؤكدون إستخدام حزب الأفافاس للتظاهرات الرياضية، من أجل إقناع الشباب بالمشاركة السياسية.

من خلال البيانات الرقمية، نجد أن أغلبية المبحوثين ينفون إستخدام حزب الأفافاس للتظاهرات الرياضية والاجتماعية، مثلا: إقامة دورات، في كرة القدم ما بين الأحياء وتقديم مساعدات للفقراء، سواء كانت مالية أو معنوية، لأن السياسة و العمل السياسي يكون عن طريق البرامج الهادفة، وليس عن طريق الديماغوجيا لتحقيق أهداف سياسية، في حين يؤكد أغلبية المبحوثين، إستعانة حزب الأفافاس بالتظاهرات الرياضية والاجتماعية التي تلقى القبول والإهتمام ، من طرف الشباب، بأن هذه التظاهرات ضرورية من أجل تقديم صورة حسنة عن الأفافاس لدى الشباب، ومن أجل توسيع قاعدته الشعبية و التموقع بقوة في الساحة السياسية.

جدول رقم 33: اللغات المستخدمة لدى حزب جبهة القوى الاشتراكية عند الإتصال ومواجهة الشباب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية الفصحى	28	23.33 %
اللغة الأمازيغية	27	22.50 %
اللغة العامية	4	3.33 %
اللغة الفرنسية	21	17.50 %
جميعها	40	33.33 %
المجموع	120	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين، يؤكدون بأن حزب الأفافاس يعتمد على جميع اللغات، بنسبة تقدر بـ33.33% من إجمالي المبحوثين، ثم نجد اللغة العربية الفصحى في المرتبة الثانية، بنسبة تقدر بـ23.33% من إجابات المبحوثين، ثم نجد اللغة الأمازيغية بنسبة تقدر بـ22.5% من إجابات المبحوثين، ثم تليها اللغة الفرنسية بنسبة تقدر بـ17.50% من إجمالي المبحوثين، وفي الأخير نجد اللغة العامية تحتل ذيل الترتيب بنسبة تقدر بـ3.33% من إجابات المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، يؤكد أغلبية المبحوثين أن حزب الأفافاس، يستخدم جميع اللغات ، وهذا من أجل الوصول إلى كل شرائح المجتمع ،وإبلاغه بكافة المعلومات والقرارات المتعلقة بالحزب، من أجل تحقيق التوسع والإنتشار، ثم تليها اللغة العربية الفصحى التي يتوجه عن طريقها الحزب إلى كافة الناطقين بها، وبعده تحتل اللغة الأمازيغية المرتبة الثالثة كون أغلب سكانها ناطقين بها، وينتمون إلى مجتمع قبائلي، وفي المرتبة الرابعة نجد اللغة العامية التي يتوجه الحزب إلى الناطقين بالفرنسية، وعدم إتقانهم للغة العربية خصوصا النخبة الجامعية المثقفة، وفي الأخير تحتل اللغة العامية ذيل الترتيب حيث يزود الأفراد بكافة المعلومات و البيانات للسكان الناطقين بها.

جدول رقم 34: الوسائل الإتصالية المعتمدة لدى حزب جبهة القوى الإشتراكية لشرح برامجه السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الإتصال الشخصي	12	6.85%
الإعلانات و الملصقات	52	29.71%
الأنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي	39	22.28%
الملتقيات	8	4.57%
الإذاعة	20	11.42%
التلفزيون	29	16.57%
التقارير و النشريات	15	8.57%
المجموع	175	100%

تأتي الإعلانات و الملصقات، كوسيلة إتصالية أولى بنسبة تقدر بـ 29.71% من إجابات المبحوثين، ثم تليه الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر بـ 22.28% من إجابات المبحوثين، ثم يمثل التلفزيون وسيلة اتصالية معتمدة في الحزب ، بنسبة تقدر بـ 16.57% من إجمالي المبحوثين، وتحل فيالمرتبةالرابعة،الإذاعة بنسبة تقدر بـ 11.42% من إجابات المبحوثين، ثم تأتي التقارير والنشريات في المرتبة الخامسة بنسبة تقدر بـ 8.57% من إجابات المبحوثين، وبعده يأتي الإتصال الشخصي، في المرتبة السادسة بنسبة تقدر بـ 6.85% من إجمالي المبحوثين ، و في المرتبة السابعة تمثل الملتقيات بنسبة تقدر بـ 4.57% من إجمالي المبحوثين ، تمثل نسبة تقدر بـ 0.56%.

إحتلت الإعلانات و الملصقات، الحيز الأكبر في وسائل الاتصال المستخدمة في الحزب من أجل تمرير المعلومات للجمهور، تليها الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الموجهة خصيصا للشباب، ثم يأتي التلفزيون كوسيلة جماهيرية هامة من طرف جميع شرائح المجتمع ، خصوصا عند إجتماع العائلة، ثم تليها الإذاعة نظرا لطابع الفردية و الحرية

وإمكانية تخيل المستمع للحوار السياسي، ثم تأتي التقارير و النشريات الموجهة إلى كامل الشرائح الاجتماعية خصوصا للمسنين، وبعده نجد الإتصال الشخصي عند مواجهة الجماهير في الميدان، أما في المرتبة ما قبل الأخيرة تعد الملتقيات ، أهم وسائل الاتصال عند مواجهة الجماهير ، بالإضافة إلى وسائل أخرى للإتصال بين الحزب و جماهيره .

جدول رقم 35: مدى إستخدام حزب جبهة القوى الإشتراكية للوسائل الإتصالية لإقناعالشباب بالمشاركة السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
إستخدام ضعيف	15	15 %
إستخدام متوسط	63	63 %
إستخدام واسع	22	22 %
المجموع	100	100 %

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة 63% من إجمالي المبحوثين يؤكدون أن إستخدام حزب الأفافاس ، لوسائل الاتصال ذات إستخدام متوسط، في حين نجد نسبة 22% من إجابات المبحوثين ذات إستخدام واسع، وفي الأخير نجد نسبة 15% من إجمالي المبحوثين يؤكدون بأن الإستخدام ضعيف لهذه الوسائل الاتصالية.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا أن إستخدام وسائل الاتصال ذو مستوى متوسط في حزب الأفافاس، ويحتاج إلى تطوير و تحسين، بينما نجد الإستخدام لهذه الوسائل بشكل واسع ، لأنه يتوجه لكل شرائح المجتمع خصوصا الشباب ،وفي الأخير يعود ضعف إستخدام هذه الوسائل،إلى عدم إعطائها الأهمية الكبيرة من طرف حزب الأفافاس، وكذا ضعف مستوى أعضائها،في الاتصال عند تبليغ المعلومات، وهذا يعود إلى عدم وجود مختصين في الاتصال،وعدم توفر مهارات الإتصال للتأثير على الجمهور.

جدول رقم 36: مدى نجاعة الوسائل الإتصالية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	61	61 %
لا	39	39 %
المجموع	100	100 %

يؤكد 61% من إجمالي المبحوثين، على نجاعة هذه الوسائل الاتصالية، في حين نجد 39% من إجمالي المبحوثين ينفون أن لهذه الوسائل فعالية و نجاعة، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية.

من خلال البيانات الرقمية، يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين يقرون بنجاعة هذه الوسائل الإتصالية، كونها تتميز بالتعدد و التنوع، وتعمل على الوصول إلى الشباب، وتزويده بكافة المعلومات السياسية، في مقابل ذلك ينفي بقية المبحوثين، نجاعة هذه الوسائل الإتصالية لإقناع لشباب بالمشاركة السياسية، وتحتاج إلى إعادة النظر في إستخدامها ، أو العمل على تطويرها و تحسينها.

جدول رقم 37: دور القائم بالإتصال بحزب جبهة القوى الإشتراكية في التأثير على الوعي السياسي للشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
التثقيف و نشر المعلومات	24	24 %
شرح سياسة و برامج الحزب	48	48 %
الدفاع عن مصلحة الحزب	24	24 %
إختيار الألفاظ المناسبة للتأثير	4	4 %
المجموع	100	100 %

نلاحظ من خلال الجدول، أن دور شرح سياسة و برنامج الحزب، تأتي في المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 48% من إجابات المبحوثين، ثم يليه في المرتبة الثانية التثقيف و نشر المعلومات، بالإضافة إلى الدفاع عن مصلحة الحزب هذين الدورين المتعلقان بالقائم بالإتصال، يمثلان نفس النسبة أي 24% لكل منهما من إجمالي المبحوثين، وفي الأخير نجد دور إختيار الألفاظ المناسبة للتأثير، بنسبة تقدر بـ 4% من إجمالي المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، نستخلص بأن دور شرح سياسة الحزب و برامجه، يأتي في صدارة إجابات المبحوثين، بإعتباره يساهم في توضيح خارطة طريق الحزب و إيديولوجياته من أجل إستمالة الشباب لحزب الألفاس، ثم يأتي التثقيف و نشر المعلومات بغرض غرس الثقافة السياسية، و تكوين و تنشئة الأفراد سياسيا، من أجل الإستحقاقات و المواعيد الإنتخابية، كما يعد دور الدفاع عن مصلحة الحزب، من بين أدوار القائم بالإتصال، من خلال التصدي لكل محاولات تشويه سمعته و العمل على الحفاظ على صورته الإيجابية، لدى الشباب الجزائري بعده يأتي إختيار الألفاظ و العبارات المناسبة للتأثير، من بين أدوار القائم بالإتصال، من خلال ضرورة أن يكون ذلك الخطاب السياسي مراعي للمستوى العلمي للشباب، و يرقى إلى مستوى آمالهم و طموحاتهم السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية.

جدول رقم 38: المعايير الواجب توفرها لدى القائم بالإتصال بحزب جبهة القوى
الإشتركية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
التخصص في الإتصال	44	44 %
القدرة على مواجهة الأزمات	40	40 %
التحلي بروح المبادرة و المسؤولية	13	13 %
الحيوية و النشاط	3	3%
المجموع	100	100%

يأتي التخصص في الإتصال في المرتبة الأولى، بنسبة تقدر بـ 44% من إجمالي إجابات المبحوثين، وهي أعلى نسبة، ثم يليه القدرة على مواجهة الأزمات ، بنسبة تقدر بـ 40% من إجمالي المبحوثين، وفي المرتبة الثالثة ، يأتي معيار التحلي بروح المبادرة والمسؤولية بنسبة تقدر بـ 13% ، من إجمالي إجابات المبحوثين، ويليه معيار الحيوية والنشاط بنسبة تقدر بـ 3% من إجمالي إجابات المبحوثين

من خلال البيانات الرقمية، يتضح بأن معيار التخصص في الإتصال لدى القائم بالاتصال يأتي في المقام الأول، إذ عن طريقه يساهم في التأثير، وإستمالة الشباب للمشاركة السياسية وبعده نجد معيار القدرة على مواجهة الأزمات ، مثل الخلافات الداخلية بين أعضاء الحزب و العمل على إدارة الخلافات الداخلية والخارجية ، لكي يعط القائم بالاتصال صورة إيجابية للحزب لدى عموم الشعب، وبعد يليه روح المبادرة والمسؤولية من خلال العمل من أجل مصلحة الحزب والتحلي بالمسؤولية ، في حالة وجود تقصير أو أخطاء، كما نجد معيار الحيوية و النشاط ، معيارا أساسيا لدى القائم بالاتصال، إذ لا يبق معتكفا في مكتب الحزب إنما يجب أن يكون رجل ميدان لا رجل مكتب.

جدول رقم 39: مدى إمداد مكتب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية الشباب بالمعلومات السياسية التي تسمح لهم بالمشاركة السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	53%
لا	47	47%
المجموع	100	100%

يؤكد أغلبية المبحوثين، بأن المكتب المكلف بالعلاقات العامة بحزب الأفافاس، قام بإمدادهم بالمعلومات السياسية، التي تسمح لهم بالمشاركة السياسية بنسبة تقدر بـ 53% من إجمالي إجابات المبحوثين، حتى نجد نسبة 47% من إجمالي إجابات المبحوثين، ينفون إمداد مكتب العلاقات العامة بحزب الأفافاس بالمعلومات السياسية، التي تسمح لهم بالمشاركة السياسية.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن مكتب العلاقات العامة بحزب الأفافاس يقوم بعمل جبار و مستمر، من خلال إمداد الشباب بالمعلومات السياسية التي تسمح له بالمشاركة السياسية، في حين نجد مبحوثون آخرين، ينفون ذلك، وهذا يعود إلى مسؤوليات أعضاء الحزب العائلية، أو أن الأفراد المبحوثين لا يهتمون بمواكبة التطورات السياسية، ولا يتصلون بمسؤولي الحزب لإمدادهم بالمعلومات السياسية.

جدول رقم 40: طبيعة المعلومات السياسية المقدمة من قبل مكتب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية بهدف تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
معلومات حول رئيس الحزب	13	24.52 %
معلومات حول إتجاهات الحزب و مواقفه	13	24.52 %
معلومات حول تاريخ الحزب و إنجازاته	17	32.07 %
معلومات حول القضايا السياسية بصفة عامة	10	18.86 %
المجموع	53	100 %

يتبين من خلال الجدول، بأن المعلومات المتعلقة بتاريخ الحزب و إنجازاته، التي يقدمها حزب الأفافاس، تأتي في المقام الأول ، بنسبة تقدر بـ 32.07 من إجمالي إجابات المبحوثين ثم يليه في المرتبة الثانية و الثالثة، معلومات حول رئيس الحزب، و معلومات حول إتجاهات الحزب و مواقفه، بنفس النسبة أي 24.52% لكل منهما ، من إجمالي إجابات المبحوثين ، وفي الأخير تحتل المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية، ذيل الترتيب بنسبة تقدر بـ 18.86% من إجابات المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا أن المعلومات المقدمة من طرف مكتب العلاقات العامة، بحزب الأفافاس تحتل الأهمية الكبرى ، باعتبارها تعمل على التعريف بتاريخ الحزب بإعتباره أول حزب معارض للسلطة بعد الإستقلال، ثم تأتي المعلومات المتعلقة برئيس الحزب ، كونه هو الذي يملك كاريزما تعمل على التأثير في الجماهير، ويمتاز بالتمرس و الحنكة السياسية، على تسيير شؤون الحزب، إضافة إلى المعلومات المتعلقة بإتجاهات الحزب كونه حزب إشتراكي، وهو معارض للسلطة السياسية في الجزائر، وله مواقف مشرفة من خلال الدفاع عن اللغة الأمازيغية، لأنها رمز لهوية سكان القبائل، و في الأخير، نجد المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية بصفة عامة، تقدم من طرف مكتب العلاقات العامة بالحزب مثلاً: قضية الحراك الشعبي، والنشريات التي تصدر من الحزب حول مختلف القضايا الإقليمية و الدولية و المحلية.

جدول رقم 41: مدى مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في دفع الشباب للإنتخاب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	44%
لا	56	56%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، بأن أغلبية المبحوثين ينفون مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفاقاس في دفع الشباب للإنتخاب بنسبة تقدر بـ 56% من إجمالي المبحوثين، في مقابل ذلك نجد نسبة 44% من إجمالي المبحوثين يؤكدون مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية، في دفع الشباب للإنتخاب.

يتضح من خلال البيانات الرقمية ، أن أغلبية المبحوثين ينفون مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفاقاس في دفع الشباب للإنتخاب، لأن الشباب فقدوا الثقة في الأحزاب السياسية عامة ، وبحزب الأفاقاس خاصة، وأصبح لا يفكر إلا بمصلحته الشخصية، ولا يهتم بإنشغالات الشباب و طموحاته.

في مقابل ذلك نجد بقية المبحوثين، يؤكدون مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفاقاس في دفع الشباب للإنتخاب، نظرا لتعدد البرامج والنشاطات التي يقوم بها هذا الحزب والإهتمام بتعريف نفسه لتحقيق الانتشار، والتموقع في الساحة السياسية، وجلب قاعدة جماهيرية كبيرة، عن طريق إستخدام أساليب الإقناع والتأثير، ومن خلال إستراتيجية مخططة، ودقيقة لإستهداف جمهور الشباب، والقيام بحملات تحسيسية من طرف أعضاء هذا الحزب بتنشيط العملية الإنتخابية ، لتحقيق الديمقراطية التشاركية.

جدول رقم 42: كيفية مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية في دفع الشباب للانتخاب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أهمية عملية التصويت	9	20.45 %
أهمية إتخاذ القرار	3	6.81 %
أهمية ممارسة السلطة	1	2.27 %
ممارسة حقك في التغيير و المشاركة	31	70.45 %
المجموع	44	100 %

يؤكد أغلبية المبحوثين، بأن ممارسة الحق في التغيير و المشاركة، يعد السبب الرئيسي في دفع الشباب للإنتخاب، من خلال العلاقات العامة بحزب الأفاقاس بنسبة تقدر بـ 70.45% من إجمالي إجابات المبحوثين، ثم يليه أهمية عملية التصويت، بنسبة تقدر بـ 20.45 % من إجمالي المبحوثين، وفي المرتبة الثالثة ، نجد أهمية اتخاذ القرار بنسبة تقدر بـ 6.81 % من إجمالي المبحوثين، وفي الأخير نجد أهمية ممارسة السلطة في المرتبة الأخيرة ، بنسبة تقدر بـ 2.27 % من إجمالي المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا، بأن ممارسة الحق في التغيير و المشاركة كان الدافع الرئيسي في دفع الشباب للإنتخاب، خاصة مع الأوضاع الراهنة التي تمر بها الجزائر ومطلب الشعب الذي يطالب بالتغيير، ورحيل كل رموز النظام السابق، والمشاركة في عملية التغيير، ثم نجد أهمية عملية التصويت تحتل المرتبة الثانية، من خلال إبراز أهمية الانتخاب في إختيار الرجل المناسب، في المكان المناسب لخدمة الشعب، و بعد نجد أهمية إتخاذ القرار في المرتبة الثالثة، إذ لا بد من إشراك الشعب في جميع القضايا السياسية بإعتباره السيد في اختيار من يمثله في كافة مؤسسات الدولة السياسية، و في الأخير نجد أهمية ممارسة السلطة عاملا مهما في دفع الشباب للإنتخاب، بإعتبار الشعب مصدر كل سلطة، وهو من يقوم بإختيار الرجل المناسب في المكان المناسب ، والذي يعمل على خدمة شعبه، وهذا تحقيقا لمبدأ المشروعية الديمقراطية التشاركية ، بإعتبار أن الشعب ليس قاصرا إنما راشداً و سيداً.

جدول رقم 43: مدى تحفيز العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية في تعبير الشباب عن اتجاهاته السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	47%
لا	53	53%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول، أن أغلبية المبحوثين ينفون تحفيز حزب الأفاقاس في تعبير الشباب عن اتجاهاته السياسية، عن طريق برامج العلاقات العامة بنسبة تقدر بـ 53% من إجمالي المبحوثين، في حين نجد نسبة 47% من إجمالي المبحوثين يؤكدون العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، تعمل على تحفيز الشباب في التعبير عن اتجاهاته السياسية .

يتضح من خلال البيانات الرقمية، أن العلاقات العامة بحزب الأفاقاس، لا تعمل على تحفيز الشباب في التعبير عن اتجاهاته السياسية، نظرا لعدم إهتمام الشباب بالسياسة و بالأحزاب السياسية، كما يعود ذلك إلى عدم وجود إستراتيجية واضحة المعالم، تتجه إلى صلب الموضوع ولبه، بالإضافة إلى عدم وجود إتصال بين الحزب و الشباب، في حين يؤكد بقية المبحوثين أن العلاقات العامة بحزب الأفاقاس، تعمل على تحفيز الشباب في التعبير عن اتجاهاته السياسية، من خلال صفحة الحزب على مواقع الأنترنت أو الفاييسبوك أو إستفسار مسؤولي الحزب ، عن القضايا السياسية الراهنة في الجزائر.

جدول رقم 44: أساليب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في تحفيز الشباب في التعبير عن إتجاهاته السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
المشاركة في المظاهرات	22	46.80%
المشاركة في المسيرات	15	31.91%
نشر أفكار على موقع الحزب	3	6.38%
مناقشة رئيس الحزب و مسؤوليه	7	14.89%
المجموع	47	100%

يوضح الجدول، أن أغلبية المبحوثين يؤكدون بأن المشاركة في المظاهرات تعمل على تحفيز الشباب في التعبير عن إتجاهاته السياسية، من خلال العلاقات العامة بحزب الأفافاس بنسبة تقدر بـ 46.80% من إجمالي المبحوثين، ثم يليه المشاركة في مسيرات بنسبة تقدر بـ 31.91%، وفي المرتبة الرابعة ، نجد مناقشة رئيس الحزب ومسؤوليه بنسبة تقدر بـ 14.89% من إجمالي المبحوثين، وفي المرتبة الأخيرة يمثل نشر الأفكار على موقع الحزب ، نسبة تقدر بـ 6.38% من إجمالي المبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا أن المشاركة في المسيرات و المظاهرات تأتيان في المركز الأول والثاني على التوالي، وهي من الأساليب الناجعة التي يستخدمها حزب الأفافاس ، عن طريق العلاقات العامة، في تحفيز الشباب في التعبير عن إتجاهاته السياسية مثلا: معارضة السلطة السياسية الحاكمة و المشاركة في مظاهرات ومسيرات الحراك الشعبي، ثم نجد نشر الأفكار على موقع الحزب أسلوبا مهم في ممارسة الديمقراطية، من خلال تلك الاستفسارات والملاحظات و التدوينات، من طرف الشباب على موقع الحزب في الأخير نجد مناقشة رئيس الحزب ومسؤوليه ، طريقة مهمة في التعبير عن الإتجاهات السياسية للشباب الجزائري، وإستفسار مسؤولي الحزب عن مختلف المستجدات السياسية والقضايا الراهنة في إطار الديمقراطية التشاركية .

2- التحليل الكمي و الكيفي للجداول المركبة:

جدول رقم 45: علاقة متغيرات الدراسة بطبيعة إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية

المجموع		غير منظمة		غامضة		واضحة		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متغير	
%62	62	%78.12	25	%45	18	%67.85	19	ذكر	
%38	38	%21.87	7	%55	22	%32.14	9	أنثى	
%100	100	%100	32	%100	40	%100	28	المجموع	
%38	38	%28.12	9	%37.5	15	%50	14	من 18 سنة إلى 23 سنة	
%34	34	%31.25	10	%45	18	%21.42	6	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%40.62	13	%17.5	7	%28.57	8	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	32	%100	40	%100	28	المجموع	
%2	2	%6.25	2	%0	0	%0	0	إبتدائي	
%17	17	%21.87	7	%17.5	7	%10.71	3	متوسط	
%3	3	%3.12	1	%0	0	%7.14	2	ثانوي	
%78	78	%68.75	22	%82.5	33	%82.14	23	جامعي	
%100	100	%100	32	%100	40	%100	28	المجموع	

نلاحظ في الجدول، من خلال متغير الجنس، أن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس غير منظمة، بنسبة تقدر بـ 78.12%، ثم تليها نسبة 67.85% على أساس أنها إستراتيجية واضحة، و فيالأخير نجد نسبة 45% على أساس أنها إستراتيجية غامضة بالنسبة للذكور.

في مقابل ذلك نلاحظ أن الإناث ، يؤكدن بأن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، تتسم بالغموض بنسبة 55% ثم تليها نسبة 32.14%، كونها إستراتيجية تتسم بالوضوح، ونسبة 21.87% كونها إستراتيجية غير منظمة .

أما بالنسبة لمتغير السن، فإن النسب تتفاوت عند المبحوثين حول طبيعة الإستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس، نجد فئة من 21 سنة إلى 23 سنة، ترى بأنها إستراتيجية واضحة، بنسبة 50%، ثم تليها نسبة 37.5% كونها إستراتيجية غامضة، وفي الأخير نجد نسبة 28.12% كونها إستراتيجية غير منظمة .

أما فئة من 24 سنة إلى 29 سنة، ذكروا بأن الإستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس غامضة، بنسبة تقدر بـ 45%، غير منظمة بنسبة تقدر بـ 31.25%، و واضحة بنسبة تقدر بـ 21.42%

أما بالنسبة لفئة من 30 سنة إلى 29 سنة، فجاءت في المقدمة إستراتيجية غير منظمة بنسبة تقدر بـ 62.40%، ثم تليها إستراتيجية واضحة بنسبة تقدر بـ 28.57%، و في الأخير نجد إستراتيجية غامضة، بنسبة تقدر بـ 17.5%.

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، نجد أن النسب متقاربة حول طبيعة إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، حيث نجد أعلى نسبة لدى فئة المستوى الجامعي، حيث تمثل تقدر نسبة الإستراتيجية الغامضة بـ 82.5%، ونسبة الإستراتيجية الواضحة تقدر بـ 82.14%، ونسبة الإستراتيجية غير منظمة 68.75%، وهي نسب

مقاربة ، ويعود السبب في هذه النسب العالية ، لكون أغلبية المبحوثين ذو مستوى جامعي وعددهم 78.

ثم نجد فئة المستوى المتوسط، التي ترى بأن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس غير منظمة، بنسبة 21.87%، ثم تليها نسبة 17.5%، كون الإستراتيجية غامضة وفي الأخير نجد نسبة 10.71%، كون الإستراتيجية واضحة، و يحل ثالثا فئة المستوى الثانوي حول طبيعة إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس، التي ترى بأن الإستراتيجية واضحة بنسبة 7.14%، غير منظمة بنسبة 3.12%، % إستراتيجية غامضة، أما أصحاب المستويات الابتدائية، يؤكدون بأن الإستراتيجية غير منظمة بنسبة 6.25%، أما الإستراتيجية الواضحة و الغامضة فهي تقدر بنسبة 0%، و هذا راجع لكون عدد مبحوثي هذه الفئة محدود أي يوجد مبحوثين.

من خلال البيانات الرقمية، يتضح لنا، بأن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس غير منظمة بنسبة تقدر بـ 78.12% من الذكور، مقابل 21.87% لدى الإناث، لكون الذكور أكثر متابعة للشأن السياسي العام، الذي يتيح له الإطلاع مقارنة بالإناث، بالإضافة إلى كون عدد الذكور أكبر من الإناث (62 ذكور، 38 إناث) أما ، كما نجد بأن الإستراتيجية العلاقات العامة بالحزب غامضة، بنسبة تقدر بـ 21.42%55% لدى الإناث، مقابل 45% لدى الذكور، واضحة بنسبة 67.85% لدى الذكور مقابل 32.14% لدى الإناث .

أما فيما يخص متغير السن، فنجد له تأثير كبير، إذ أن فئة من 18 سنة إلى 29 سنة، تؤكد بأن الإستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس واضحة، بنسبة تقدر بـ 50% كون هذه الفئة ، على إحتكاك بالمسؤولين السياسيين، ومنخرطين في الحزب بينما نجد النسبة تنخفض لدى فئة من 30 سنة إلى 35 سنة، بنسبة 28.57% و تقل لدى فئة من 24 سنة إلى 29 سنة بنسبة 21.42%، بينما نجد نسبة الإستراتيجية الغامضة تقدر بـ 45%، لدى فئة من 24 سنة إلى 29 سنة ، ثم تليه الفئة الأولى بنسبة 37.5% ، وتقل لدى من فئة 30 سنة إلى 35 سنة بنسبة تقدر بـ 17.5%.

إستراتيجية العلاقات العامة بحزب الأفافاس غير منظمة، نجد أنها عند فئة من 30 سنة إلى 35 سنة، بنسبة تقدر بـ 40.62% تليها نسبة 31.25% لدى فئة من 24 سنة إلى 29 سنة و نسبة 28.12%، لدى فئة 18 سنة إلى 23 سنة، و يرجع إرتفاع النسبة إلى 40.62% ، كون أفراد من فئة 30 سنة إلى 35 سنة، على نضج و وعي سياسي كبير .

أما فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، نجد النسب عالية لدى أصحاب المستويات الجامعية، بالإضافة إلى تقاربها، وهذا يعود إلى كون هذه الفئة هي الغالبة في هذه الدراسة وذات وعي سياسي، وبحكم أن أفرادها على علاقة بمسئولي حزب الأفافاس ليحكموا على طبيعة إستراتيجية العلاقات العامة بالحزب، أما الفئات الأخرى (الأساسية و المتوسطة) و الثانوية، فهي ذات نسب منخفضة، وهذا يعود إلى كون الأفراد أصحاب هذه المستويات محدود.

جدول رقم 46: علاقة متغيرات الدراسة بالوظائف الخاصة بالعلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية والمساهمة في المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري

المجموع		البحث عن أساليب التأثير وإقناع الشباب بأفكار الحزب السياسي		تقييم و تقويم برامج الأحزاب السياسية		التنسيق بين أعضاء الحزب السياسي والشباب		تكوين الاتجاهات تجاه الأحزاب السياسية		تزويد الشباب بالمعلومات حول برامج الحزب		التثقيف بالمعلومات السياسية		الإجابة		المتغير
%64.12	84	%64.70	22	%40	2	%76.92	10	%60	6	%72.5	29	%51.72	15	ذكر	الجنس	
%35.87	47	%35.29	12	%60	3	%23.07	3	%40	4	%27.5	11	%48.27	14	أنثى		
%100	131	%100	34	%100	5	%100	13	%100	10	%100	40	%100	29	المجموع		
%41.22	54	%32.35	11	%60	3	%46.15	6	%50	5	%42.5	17	%41.37	12	من 18 سنة إلى 23 سنة	العمر	
%34.35	45	%44.11	15	%20	1	%7.69	1	%50	5	%30	12	%37.93	11	من 24 سنة إلى 29 سنة		
%24.42	32	%23.52	8	%20	1	%46.15	6	0	0	%27.5	11	%20.68	6	من 30 سنة إلى 35 سنة		
%100	131	%100	34	%100	5	%100	13	%100	10	%100	40	%100	29	المجموع		
%2.29	3	0	0	0	0	%7.69	1	%0	0	%2.5	1	%3.44	1	إبتدائي	المستوى التعليمي	
%13.74	18	%14.70	5	0	0	%23.07	3	%0	0	%22.5	9	%3.44	1	متوسط		
%2.29	3	%5.88	2	0	0	%0	0	%0	0	%2.5	1	0	0	ثانوي		
%81.67	107	%79.41	27	%100	5	%69.23	9	%100	10	%72.5	29	%93.10	27	جامعي		
%100	131	%100	34	%100	5	%100	13	%100	10	%100	40	%100	29	المجموع		

نلاحظ من خلال الجدول، حسب متغير الجنس، بأن وظيفة التنسيق بين أعضاء الحزب السياسي والشباب، تأتي في المرتبة الأولى ، بنسبة تقدر بـ 76.92% للذكور، مقابل 23.07% للإناث، وترجع هذه النسبة الكبيرة ، إلى كون مسؤولي حزب الأفافاس يقومون بالتواصل مع الشباب، لعقد لقاءات وندوات في إطار برامج العلاقات العامة، ثم تأتي وظيفة تزويد المعلومات للشباب حول برنامج الحزب، بنسبة 72.5% ، عند الذكور مقابل 27.5% بالنسبة للإناث، وهذا من أجل إعداد الشباب وتلقيهم أسس التنشئة السياسية السليمة ، ثم تأتي وظيفة البحث عن أساليب التأثير وإقناع الشباب بأفكار الحزب بنسبة تقدر بـ 64.70% للذكور، مقابل 35.29% بالنسبة للإناث، وهذه النسبة العالية تعود لكون مسؤولي حزب الأفافاس ، حريصين على إستقطاب جمهور الشباب للإنخراط في حزبها ، بينما نجد وظيفة تكوين الإتجاهات السياسية تقدر نسبتها بـ 60% بالنسبة للذكور مقابل 40% بالنسبة للإناث، وهذه النسبة الكبيرة تعود إلى كون حزب الأفافاس، حسب آراء الذكور، يهتم بتنشئة الشباب و تكوينه، من أجل معرفة ميولاتهم السياسية ، تجاه حزب الأفافاس، ثم تأتي وظيفة تقييم برامج الأحزاب السياسية، بنسبة 60% بالنسبة للإناث و 40% بالنسبة للذكور، هي أعلى نسبة بالنسبة للإناث، وهذه الوظيفة تقوم على عمل الأحزاب على إصلاح مواطن الضعف و القصور في سياستها، وفي الأخير نجد وظيفة التثقيف بالمعلومات السياسية بنسبة تقدر بـ 51.72%، بالنسبة للذكور مقابل 48.27% بالنسبة للإناث، وهذا من أجل إعداد الشباب ، وتهيئتهم من أجل الإستحقاقات الانتخابية .

أما فيما يتعلق بمتغير السن، نجد وظيفتي تقييم و تقويم برامج الأحزاب السياسية ، وتكوين الإتجاهات السياسية تجاه الأحزاب السياسية، تحتلان المرتبة الأولى والثانية بنسبتي 60% و 50%، على التوالي لدى فئة من 18 سنة إلى 23 سنة، والغرض من هاتين الوظيفتين هو تكوين الشباب سياسيا، وتهيئته لدخول غمار الساحة السياسية، والعمل على التعريف بحزب الأفافاس، والقيام بتصحيح برامج وخطط الحزب و تعديلها، ثم تأتي وظيفة التنسيق بين أعضاء الحزب والشباب، بنسبة تقدر بـ 46.15%، وتليه وظيفة تزويد الشباب بالمعلومات حول الحزب ، بنسبة تقدر بـ 42.5%، ثم وظيفة التثقيف بالمعلومات السياسية بنسبة

تقدر بـ 41.37%، وأخيرا وظيفة البحث عن أساليب التأثير، وإقناع الشباب بأفكار الحزب بنسبة تقدر بـ 32.35% .

أما فئة من 24 سنة إلى 29 سنة ، تحتل وظيفة تكوين الإتجاهات السياسية ، تجاه الأحزاب السياسية، المرتبة الأولى، بنسبة تقدر بـ 50%، مقابل 0% بالنسبة لفئة من 30 سنة إلى 35 سنة، ثم نجد وظيفة البحث عن أساليب التأثير وإقناع الشباب بأفكار الحزب بنسبة 44.11%، مقابل 23.52% ، بالنسبة لفئة 30 سنة إلى 35 سنة ، ثم تليه وظيفة التثقيف بالمعلومات السياسية بنسبة تقدر بـ 37.93% ، مقابل 20،68 بالنسبة لفئة من 30 سنة إلى 35 سنة ، ثم نجد وظيفة تكوين الإتجاهات تجاه الأحزاب السياسية بنسبة تقدر بـ 30% مقابل 27.5% بالنسبة للفئة الثالثة ، ثم تليها وظيفة تقييم و تقويم برامج الأحزاب السياسية بنسبة تقدر بـ 20% ، نفس النسبة مع الفئة الثالثة ، و في الأخير نجد وظيفة التنسيق بين أعضاء الحزب ، تحتل ذيل الترتيب بنسبة تقدر بـ 7.69%، مقارنة بنسبة 46.15% بالنسبة للفئة الثالثة.

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فيظهر أن له تأثير كبير، حيث نجد وظيفة تكوين الإتجاهات، وتقييم و تقويم برامج الحزب، تحتل المرتبة الأولى بنسبة 100% لدى الفئة الجامعية ، مقارنة مع المستويات التعليمية الأخرى ذات النسب المعدومة 0% ، ثم يليها التثقيف بنسبة 93.10%، مقارنة مع المستويات التعليمية بنسبة تتفاوت بـ 0% و 3.44% و 3.44%، ثم نجد وظيفة التأثير بنسبة تقدر بـ 79.41% لدى الفئة الجامعية ، مقارنة مع نسب المستويات التعليمية الأخرى : 3.44% ، 14.70% ، 5.88% ثم وظيفة تزويد الشباب بأفكار الحزب بنسبة 72.5% ، مقارنة بنسب المستويات التعليمية الأخرى : 22% ، 2.5% ، 5.5%، ثم نجد وظيفة التنسيق بنسبة 69،23% مقارنة مع النسب التعليمية الأخرى 7.69% ، 23.07% ، 0%، ويعود السبب في هذه النسب العالية إلى كون أفراد المستوى الجامعي منخرطون في الأحزاب و ذات تكوين ثقافي معين.

جدول رقم 47 : علاقة متغيرات الدراسة بأهمية القيام بالتخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة
الإشترابية

المجموع		غير مهم		مهم		الاجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%53.84	14	%64.86	48	ذكر	الجنس
%38	38	%46.15	12	%35.13	26	أنثى	
%100	100	%100	26	%100	74	المجموع	
%38	38	%34.61	09	%39.18	29	من 18 سنة إلى 23 سنة	السن
%34	34	%46.15	12	%29.72	22	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%19.23	05	%31.08	23	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	26	%100	74	المجموع	
%02	02	%0	0	%2.70	02	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%11.53	03	%18.91	14	متوسط	
%03	03	%0	0	%4.05	03	ثانوي	
%78	78	%88.46	23	%74.32	55	جامعي	
%100	100	%100	26	%100	74	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن الذكور، يؤكدون على أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة لحزب الأفافاس، بنسبة تقدر بـ64.86%، مقارنة بنسبة 35.43% بالنسبة للإناث في حين نجد نسبة 53.84% من الذكور، ينفون أهمية التخطيط في هذا الحزب، مقارنة بنسبة 46.15% عند الإناث ، نستنتج من خلال هذه النسبة العالية الخاصة بالذكور، بأن التخطيط لبرامج العلاقات العامة مهم، بإعتباره العمود الفقري لحزب الأفافاس، في القيام بنشاطاته و فعالياته السياسية المختلفة ، في حين يرجع سبب عدم أهمية التخطيط ، بالنسبة للذكور بنسبة 53.84%، و الإناث بنسبة 46%، إلى طابع العشوائية الذي تتميز بها نشاطات وفعاليات هذا الحزب .

أما فيما يخص متغير السن، فنلاحظ أن التخطيط مهم بنسبة تقدر بـ 39.18%، لدى فئة من 18 سنة إلى 23 سنة، مقارنة مع فئات من 30 سنة إلى 35 سنة ، و 24 سنة إلى 29 سنة، بنسب 31.08% ، 29.72% على التوالي، في حين نجد التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب الأفافاس، غير مهم، حيث سجلت أعلى نسبة بفئة من 24 سنة إلى 29 سنة التي تقدر بـ 46.15% ، مقارنة مع نسب فئتي من 18 سنة إلى 23 سنة و من 30 سنة إلى 35 سنة، اللتان تقدران بـ 34.61% و 19.23% على التوالي ، يعود ذلك كون التخطيط مهم لدى فئة 18 من سنة إلى 23 سنة، كونه يعمل على استشعار البيئة الخارجية لجمهور الشباب ،في حين يعود سبب عدم أهميته لدى الفئة الأولى، إلى عدم التوجه مباشرة إلى صلب القضايا السياسية ،ونفس الشيء بالنسبة للفئة الثانية بنسبة 46.15% ، في حين أن التخطيط يعد مهما ، بالنسبة للفئة العمرية الثالثة، كون أغلب أفراد هذه الفئة قد تشبعوا بقيم ومبادئ هذا الحزب،في حين ترى نفس الفئة العمرية الثالثة، بأن التخطيط غير مهم في الحزب ، نظرا لكون أفراد هذه الفئة ، لا ترى أي تجسيد فيه من خلال نشاطات الحزب وبرامجه.

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، نلاحظ بأن الجامعيين ينفون أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب الأفافاس ، بنسبة تقدر بـ 88.46% من إجمالي الفئة الجامعية ، في حين يؤكد 74.32% من الجامعيين ، أن التخطيط مهم، ويعود سبب أهميته

لدى الجامعيين، كون أغلب أفرادها منخرطون في الحزب، ونشاطات الحزب ليس ذات فعالية مقارنة مع بقية المبحوثين، الذين يؤكدون بأهمية التخطيط بإعتباره عاملا لنجاح نشاطات الحزب، وتتفاوت هذه النسب مع المستويات التعليمية الأخرى، حيث نجد نسبة 18.91% من الأفراد ذات المستوى المتوسط، يؤكدون أهمية التخطيط ، مقابل 11.53% ينفون أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة للحزب، أما ذو المستويات التعليمية الثانوية فيقررون بأهمية التخطيط بنسبة 4.05%، مقابل 0% لعدم أهمية التخطيط في حين نجد في أخير الترتيب فئة المستوى الابتدائي، التي تنفي أهمية التخطيط بنسبة تقدر بـ 2.70%، مقابل نسبة 0% لعدم أهمية التخطيط .

ومنه نستنتج أن الفئة الجامعية، لا تلمس أي أهمية للتخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب الأافاس، مقارنة بفئات المستويات التعليمية الأخرى ذات النسب المتفاوتة.

جدول رقم 48: علاقة متغيرات الدراسة بأسباب أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب الألفاس

المجموع		المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة على ارض الواقع		إعتباره العنصر الأساسي لنجاح برامج العلاقات العامة		تحديد الرؤية الإستراتيجية لبرنامج حزب جبهة القوى الاشتراكية		الإجابة المتغير		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
%63.51		47	%59.37	19	%71.42	15	%61.90	13	ذكر	الجنس
%36.48		27	%40.62	13	%28.57	6	%38.09	8	أنثى	
%100		74	%100	32	%100	21	%100	21	المجموع	
%39.18		29	%43.75	14	%38.09	8	%33.33	7	من 18 سنة إلى 23 سنة	العمر
%29.72		22	%21.87	7	%33.33	7	%38.09	8	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%31.08		23	%34.37	11	%28.57	6	%28.57	6	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100		74	%100	32	%100	21	%100	21	المجموع	
%2.70		2	%3.12	1	%4.76	1	%0	0	إبتدائي	المستوى التعليمي
%18.91		14	%18.75	6	%19.04	4	%19.04	4	متوسط	
%4.05		3	%9.37	3	%0	0	0	0	ثانوي	
%74.32		55	%68.75	22	%76.19	16	%80.95	17	جامعي	
%100		74	%100	32	%100	21	%100	21	المجموع	

يتضح من خلال الجدول، أن الذكور يؤكدون بأن التخطيط مهم، نظرا لإعتباره العنصر الأساسي لنجاح العلاقات العامة بحزب الأفافاس، بنسبة تقدر بـ 71.42% مقابل 28.57% بالنسبة للإناث ، ثم تليه نسبة 61.90% المتعلقة بتحديد الرؤية الإستراتيجية لبرامج الحزب بالنسبة للذكور مقابل نسبة 38.09% بالنسبة للإناث، ثم نجد المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع ، بنسبة 59.37% بالنسبة للذكور، مقابل 40.62% لدى الإناث .

نلاحظ بأن النسب عالية لدى الذكور، مقارنة بالإناث، وهذا يعود إلى كون عدد الذكور كبير مقارنة بالإناث ،بالإضافة إلى الخبرة المكتسبة لدى الذكور، من خلال الإنخراط في الجمعيات المختلفة ،وممارسة مختلف الأنشطة السياسية .

أما فيما يتعلق بمتغير السن ، فإن المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع تأتي في المركز الأول، بنسبة تقدر بـ 43.75% لدى الفئة العمرية الأولى ، ثم يليه كون التخطيط العامل الأساسي لنجاح العلاقات العامة، بالحزب بنسبة تقدر بـ 38.09% ، ثم نجد مؤشرات تحديد الرؤية الإستراتيجية، في المرتبة الأخيرة بنسبة تقدر بـ 33.33% ، أما الفئة العمرية الثانية من 24 سنة إلى 29 سنة، يؤكدون بأن تحديد الرؤية الإستراتيجية تأتي في المقام الأول، لمؤشرات أهمية التخطيط في الحزب، بنسبة تقدر بـ 38.09% تليها نسبة 33.33% المتعلقة بإعتبار التخطيط ، يعد العمود الفقري لنجاح العلاقات العامة بالحزب، في الأخير نجد مؤشر المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة بنسبة 21.87% .

أما الفئة العمرية الثالثة من 30 سنة إلى 35 سنة ، نجد المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة في المرتبة الأولى، بنسبة تقدر بـ 34.37% تليها تحديد الرؤية الإستراتيجية ، وإعتبار العنصر الأساسي لنجاح العلاقات العامة بالحزب، بنفس النسبة ، أي 28.57% لكل منهما

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فنلاحظ بأن الفئة الجامعية، تؤكد بأن التخطيط يساهم في تحديد الرؤية الإستراتيجية للحزب، بنسبة تقدر بـ 80.95%، ثم يليه إعتباره العنصر الأساسي لنجاح البرامج الخاصة بالعلاقات العامة، بنسبة تقدر بـ 76.19%، وفي المركز الأخير، نجد المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة، بنسبة تقدر بـ 68.75%، أما لدى

الفئات ذات المستوى المتوسط، نجد النسب متقاربة، 18.75% متعلقة بمؤشر المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة، ونسبة 19.04% بالنسبة لتحديد الرؤية الإستراتيجية، وإعتباره العنصر الأساسي لنجاح برامج العلاقات العامة، وفي المستوى الثانوي نجد الأفراد المبحوثين ، يؤكدون بأن مؤشر أهمية التخطيط يكمن في مدى مساهمته في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع .

وفي الأخير نجد نسبة 4.76%، متعلقة باعتبار التخطيط سر نجاح برامج العلاقات العامة و نسبة 3.12% ، متعلقة بمدى مساهمة التخطيط في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع

نستنتج في الأخير أن الفئة الجامعية، أكثر إهتماما بالشأن السياسي بصفة عامة، وبنشاطات الأحزاب السياسية بصفة خاصة ، نظرا لكونها أكثر تفتحا على الآخرين مقارنة بالمستويات التعليمية الثلاثة الأخرى، بالإضافة إلى كونها أكثر قدرة على التحليل و معرفة مواطن القوة و الضعف ، لنشاطات حزب الأفافاس ، و العمل على تقويمها و تقييمها

جدول رقم 49 : علاقة متغيرات الدراسة بمدى إعتقاد حزب جبهة القوى الإشتراكية على التظاهرات الرياضية و الاجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%65.51	38	%57.14	24	ذكر	الجنس
%38	38	%34.48	20	%42.85	18	أنثى	
%100	100	%100	58	%100	42	المجموع	
%28	28	%34.48	20	%42.85	18	من 18 سنة إلى 23 سنة	السن
%34	34	%37.93	22	%28.57	12	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%27.58	16	%28.57	12	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	58	%100	42	المجموع	
%2	2	%1.72	1	%2.38	1	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%15.51	9	%19.04	8	متوسط	
%3	3	%3.44	2	%2.38	1	ثانوي	
%78	78	%79.31	46	%76.19	32	جامعي	
%100	100	%100	58	%100	42	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن الذكور ينفون إعتقاد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية، بنسبة تقدر بـ65.51% مقابل 34.48% لدى الإناث ، في حين يؤكد 57.14% من الذكور، إعتقاد حزب الأفافاس على التظاهرات السياسية بنسبة تقدر بـ57.14% ، مقابل نسبة 42.85% بالنسبة للإناث .

أما فيما يخص متغير السن ، فنلاحظ بأن الفئة العمرية الأولى، تؤكد بأن حزب الأفافاس يعتمد على التظاهرات الرياضية والإجتماعية ، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية بنسبة 42.85%، مقابل نسبتي 34.48% ، مقابل 28.57% و 28.57%، بالنسبة للفئتين العمريتين الثانية والثالثة، في نجد الفئة العمرية الثانية ، تنفي إعتقاد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية، بنسبة 37.93% مقابل الفئة العمرية الأولى ، بنسبة تقدر بـ34.48% و الفئة العمرية الثالثة بنسبة 27.58%

تشير بيانات الجدول، إلى أن ذوي المستويات الجامعية، ينفون إعتقاد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية، لإستقطاب الشباب للمشاركة السياسية بنسبة 79.31% مقابل نسبة 15.51%، لأصحاب المستويات المتوسطة، و 3،44% لأصحاب المستويات الثانوية ، و 1.72% بالنسبة للمستويات الابتدائية، في حين يؤكد أصحاب المستويات الجامعية، بأن حزب الأفافاس يعتمد على التظاهرات الرياضية والإجتماعية ، بنسبة تقدر بـ 76.19% مقابل 19.04% بالنسبة للمستويات المتوسطة و 2.38% للمستويات الابتدائية والثانوية .

يتضح لنا من خلال هذا الجدول، بأن الذكور ينفون إعتقاد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية ،لأن تلك النشاطات لا تستهدفهم ، كما أن السياسة أفعال و ليست عواطف .

وجد الفئة العمرية الأولى، تؤيد استخدام حزب الأفافاس للتظاهرات الاجتماعية و السياسية لكون تلك النشاطات، تستهدفهم بالدرجة الأولى، لأنهم في مرحلة القابلية لتكوين الإتجاهات السياسية، في حين نجد الفئة العمرية الثانية، من 24 إلى 29 سنة، تنفي إعتقاد حزب الأفافاس، على التظاهرات الرياضية والاجتماعية ، لكون تلك التظاهرات هدفها سياسي وليس من أجل منفعة الشباب ، بينما الفئة العمرية الثالثة تؤيد إعتقاد الحزب على التظاهرات الرياضية و الاجتماعية.

أما أصحاب المستويات الجامعية، فينفون إعتقاد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية و الاجتماعية بنسبة 79.31%، مقابل 76.19% للمؤيدين، وهذا يرجع إلى أن الأحزاب السياسية ، يجب أن يكون لها نشاطات و فعاليات سياسية هادفة وبناءة ، في حين تليها نسبة 19.04% ، للمؤيدين بالنسبة للمستوى المتوسط ، مقابل 15.51% للمعارضين، ثم نسبة 3.44% ، للمعارضين من ذوي المستويات الثانوية مقابل 2.28% للمؤيدين، وفي الأخير نجد نسبة 2.28% ، للمؤيدين من أصحاب المستويات الابتدائية ، مقابل 1.72% للمعارضين.

و منه نستنتج أن أصحاب المستويات الجامعية، ينفون إعتقاد حزب الأفافاس، على هذه التظاهرات الرياضية ، لكون أغلبية أعضائها منخرطون في تنظيمات مختلفة، سواء كانت أحزابا أو جمعيات أو تنظيمات طلابية .

جدول رقم 50 : علاقة متغيرات الدراسة بمستوى استخدام حزب جبهة القوى الاشتراكية لتقنيات

الإتصال لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية

المجموع		إستخدام واسع		إستخدام متوسط		إستخدام ضعيف		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%72.72	16	%58.73	37	%60	9	ذكر	الجنس
%38	38	%27.27	6	%41.26	26	%40	6	أنثى	
%100	100	%100	22	%100	63	%100	15	المجموع	
%38	38	%36.36	8	%38.09	24	%40	6	من 18 سنة إلى 23 سنة	السن
%34	34	%27.27	6	%36.50	23	%33.3	5	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%36.36	8	%25.39	16	%26.66	4	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	22	%100	63	%100	15	المجموع	
%2	2	%0	0	%3.17	2	%0	0	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%27.27	6	%15.87	10	%6.66	1	متوسط	
%3	3	%4.54	1	%1.58	1	%6.66	1	ثانوي	
%78	78	%68.18	15	%79.36	50	%86.66	13	جامعي	
%100	100	%100	22	%100	63	%100	15	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن الذكور يؤكدون على استخدام واسع لتقنيات الإتصال، على مستوى حزب جبهة القوى الإشتراكية، بنسبة عالية تبلغ 72.72% مقابل 27.27% لدى الإناث ، وهذه النسبة العالية لدى الذكور تعود إلى كون الذكور أكثر اهتماما وملاحظة للشأن السياسي العام ، كما يعود إلى كون هذه الوسائل ضرورية بالنسبة للحزب ، من أجل إقناع الشباب بالمشاركة السياسية ، مقارنة بالإناث .

ثم تليها نسبة 60% من الذكور، الذي أكدوا على ضعف استخدام تقنيات الإتصال لدى حزب جبهة القوى الإشتراكية، مقابل 40% لدى الإناث ، وتلك النسبة العالية، لدى الذكور تعود إلى كون آرائهم مبنية على كون هذا الحزب، لا يهتم بهذه التقنيات لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية، ولا يقومون بأي جهد يذكر، في حين نجد نسبة 58.73% لدى الذكور، ممن يؤكدون على استخدام متوسط لتقنيات الإتصال، لدى حزب الأفافاس، بنسبة تقدر بـ 58.73% مقابل 41.26% لدى الإناث، حيث نلاحظ أن النسبة عالية لدى الذكور. لأنهم يروون بأن هذا الاستخدام متوسط و غير كامل ، ولا يصل إلى كل شرائح المجتمع لاسيما الشباب

أما فيما يخص علاقة متغير السن ، بمستوى استخدام حزب الأفافاس ، للتقنيات الإتصالية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية، يتضح بأن الفئة العمرية الأولى من 18 سنة إلى 23 سنة ، تؤكد بأن الاستخدام ضعيف، مقابل 38.09% استخدام متوسط ، ونسبة 36.36% استخدام واسع .

بينما نجد الفئة العمرية الثانية، من 24 سنة إلى 29 سنة تذكر بأن استخدام تقنيات الإتصال لدى حزب الأفافاس متوسط، بنسبة 36.50%، مقابل نسبة 27.27% استخدام ضعيف ، بنسبة 33.3% استخدام ضعيف .

و في الأخير نجد الفئة العمرية الثالثة، من 30 سنة إلى 35 سنة ، تؤكد بأن استخدام حزب الأفافاس لتقنيات الإتصال بشكل واسع، بنسبة تقدر بـ 36.36%، مقابل 26.66% استخدام ضعيف، و 25.39% استخدام متوسط .

نلاحظ أن الفئة العمرية الأولى، أجابت بأعلى نسبة التي تمثل 40%، استخدام ضعيف لكون تلك التقنيات الإتصالية، لا يستخدمها مسؤولو هذا الحزب، لإقناع بالمشاركة السياسية في حين نجد الاستخدام متوسط، لكون هذه الوسائل ، إما أنها غير كافية أو تحتاج إلى تحسين و تطوير، في حين نجد الاستخدام واسع، بنسبة 36.36%، لكون تلك الوسائل تستخدم في جميع الأيام و طوال السنة .

أما الفئة العمرية الثانية ، فتؤكد بأن الاستخدام متوسط، بنسبة 36.50%، و الذي يقتصر على الإستحقاقات الإنتخابية، أي ظرفية، في حين نجد الاستخدام الواسع ، في المرتبة الثانية بنسبة 27.27%، وفي الأخير نجد الاستخدام ضعيف، بنسبة 3.33%، نظرا لعدم إهتمام مسؤولي هذا الحزب ، بتقنيات الإتصال، و التواصل مع الشباب .

أما الفئة العمرية الثالثة، فتؤكد بأن الاستخدام واسع لتقنيات الإتصال في هذا الحزب، بنسبة تقرب 36.36%، وهي أعلى نسبة ، تليها نسبة 26.26% استخدام ضعيف ، ونسبة 25.39% استخدام متوسط ، يتضح من خلال هذه الفئة، بأن الاستخدام واسع ، وهي أغلب إجابات هذه الفئة ، لكون الحزب يستخدم هذه التقنيات على مدار العام و في أي مناسبة .

نلاحظ أن أصحاب المستويات الجامعية، يؤكدون بأن الاستخدام ضعيف بنسبة 86.66% مقابل نسبة 79.36% استخدام متوسط ، ونسبة 68.18% استخدام واسع ،حيث يروون بأن الاستخدام الضعيف يعود إلى كون مسؤولي الحزب، لا يتحكمون بأبجديات الإتصال وكيفية التأثير على الجماهير، أما بقية المستويات التعليمية فنجد نسبة 6.66% استخدام ضعيف، و نسبة 4.54% استخدام واسع ، و نسبة 1.58% ، استخدام متوسط، للمستويات الثانوية .

أما بالنسبة للمستوى المتوسط، نجد أعلى نسبة تقرب 27.27% استخدام واسع، تليها نسبة 15.87% استخدام متوسط، و في الأخير نجد نسبة 6.66% استخدام ضعيف .

أما في المستوى الابتدائي، فنلاحظ النسب معدومة، حول الاستخدام الضعيف والواسع على عكس الاستخدام المتوسط بنسبة تقدر بـ 3.17% .

منه نستنتج بان أصحاب المستويات الجامعية، يقرون بضعف إستخدام حزب الأفافاس لتقنيات الإتصال ، لمخاطبة الشباب أكثر من المستويات التعليمية الأخرى

جدول رقم 51 : علاقة متغيرات الدراسة بمدى نجاعة الوسائل الاتصال بحزب جبهة القوى القوى
الإشترابية

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%61.53	24	%62.29	38	ذكر	الجنس
%38	38	%38.46	15	%37.70	23	أنثى	
%100	100	%100	39	%100	61	المجموع	
%38	38	%33.33	13	%40.98	25	من 18 سنة إلى 23 سنة	السن
%34	34	%41.02	16	%29.50	18	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%25.64	10	%29.50	18	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	39	%100	61	المجموع	
%2	2	%5.12	2	%0	0	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%12.82	5	%19.67	12	متوسط	
%3	3	%2.56	1	%3.27	2	ثانوي	
%78	78	%79.48	31	%77.04	47	جامعي	
%100	100	%100	39	%100	61	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن الذكور يؤكدون بأن وسائل الإتصال المستخدمة في حزب الأفافاس، ناجعة لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية بنسبة تقدر بـ62.29%، وهي أعلى نسبة، مقابل نسبة 37.70% لدى الإناث، ونسبة 62.29% لدى الذكور، تعود إلى أن إستخدامهم لهذه الوسائل، بهدف تكوين إتجاهاتهم السياسية، في حين نلاحظ أن نسبة 61.53% من الذكور، ينفون نجاعة هذه الوسائل الإتصالية، مقابل 38.46% لدى الإناث، ويرجع ذلك لكون مسؤولي حزب الأفافاس، لا يقومون تطوير هذه الوسائل لإستقطاب الشباب للمشاركة السياسية .

أما فيما يخص متغير السن، فنلاحظ بأن الفئة العمرية الثانية من 24 سنة إلى 29 سنة تنفي نجاعة الوسائل الإتصالية، بحزب الأفافاس بنسبة 41.02% لدى الذكور، بينما نجد في الفئة الأولى من 18 سنة إلى 23 سنة، تؤيد نجاعة الوسائل الاتصالية بحزب الأفافاس بنسبة 40.98%، مقابل 33.33% للمعارضين، بينما نجد النسب متقابلة لدى الفئة العمرية الثانية، إذ تؤكد نجاعة الوسائل الإتصالية بنسبة 29.50%، وتنفي نجاعتها نفس الفئة بنسبة 25.64% .

يتضح من خلال الجدول، بأن الفئة العمرية الثانية ترى أن وسائل الإتصال، ناجعة كون تأثيرها ضعيف، لا يصل إلى الشباب، في نجد الفئة العمرية الأولى، تؤيد نجاعة التقنيات الإتصالية، كونها تستهدف هذه الفئة العمرية الأولى، من أجل تنشئتهم سياسيا، وتجنيدهم للمواعيد الإنتخابية، بينما نجد الفئة العمرية الثالثة تؤيد نجاعة الوسائل الإتصالية، كون هذا الحزب، يستخدم هذه الوسائل للتأثير على هذه الفئة من أجل المشاركة السياسية

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فنلاحظ بأن أصحاب المستويات الجامعية تنفي نجاعة الوسائل الإتصالية، بنسبة 79.48% مقابل 77.04% للمؤيدين، بينما نجد في المستويات المتوسطة، يؤكد أفرادها أن هذه الوسائل الإتصالية ناجعة، بنسبة 19.67% مقابل 12.82% للمعارضين، أما أصحاب المستويات الإبتدائية، ينفون نجاعة هذه الوسائل الإتصالية، مقابل 0% للمؤيدين لها، و في الأخير نجد ذوي المستويات الثانوية، يؤيدون نجاعة الوسائل الإتصالية، بنسبة 3.27% مقابل 2.56% للمعارضين .

نستنتج في الأخير، بأن ذوي المستويات الجامعية، ينفون نجاعة هذه الوسائل الإتصالية ، نظرا لأن تأثيرها لا يصل إلى جميع شرائح المجتمع، بالإضافة إلى إتصافها بالضعف عدم

التطوير و التحسين

جدول رقم 52: علاقة متغيرات الدراسة بدورالقائم بالاتصال بحزب جبهة القوى الإشتراكية للتأثير على الوعي السياسي للشباب الجزائري

المجموع		اختيار الألفاظ المناسبة للتأثير		الدفاع عن مصلحة الحزب		شرح سياسة الحزب		التثقيف و نشر المعلومات السياسية		المتغير	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الإجابة	
%62	62	%50	2	%54.16	13	%75	36	45.83	11	ذكر	الجنس
%38	38	% 50	2	%45.83	11	%25	12	54.16	13	أنثى	
%100	100	%100	4	%100	24	%100	48	%100	24	المجموع	
%38	38	%50	2	%37.5	09	%29.16	14	54.16	13	من 18 سنة إلى 23 سنة	السن
%34	34	%25	1	%41.66	10	%31.25	15	33.33	08	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%25	1	%20.83	05	%39.58	19	12.05	03	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	4	%100	24	%100	48	%100	24	المجموع	المستوى التعليمي
%2	2	%0	0	%0	0	%4.16	02	%0	0	ابتدائي	
%17	17	%25	1	%20.83	5	%22.91	11	%0	0	متوسط	
%3	3	0	0	%8.33	2	%2.08	1	%0	0	ثانوي	
%78	78	%75	3	%70.83	17	%70.83	34	%100	24	جامعي	
% 100	100	% 100	4	% 100	24	% 100	48	%100	24	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن أعلى نسبة سجلت لدى الذكور سجلت في دور شرح سياسية و برامج الحزب، بنسبة 75% ، مقابل 25% لدى الإناث ، و يحل ثانيا الدفاع عن مصلحة الحزب، بنسبة 54.16%، لدى الذكور مقابل 45% بالنسبة للإناث ، و في المرتبة الثالثة نجد دور إختيار الألفاظ المناسبة للتأثير، بنسبة 50%، لدى الذكور، ونسبة 50% لدى الإناث ، وفي المرتبة الأخيرة، نجد دور التثقيف و نشر المعلومات بنسبة 54.16% لدى الإناث، مقابل 45.83% لدى الذكور، وهي أعلى نسبة لدى الإناث .

يتضح من خلال متغير الجنس، أن الذكور سجلوا أعلى النسب أكثر من الإناث، حيث احتل دور سياسة الحزب وبرامجه، المرتبة الأولى ، والدفاع عن مصلحة الحزب المرتبة الثانية ، ويعود ذلك إلى كون الحزب الأفافاس، يعمل على التعريف بنفسه وتحقيق الإنتشار ماعدا دور التثقيف و نشر المعلومات ، التي سجلت فيها الإناث أعلى نسبة .

أما فيما يتعلق بمتغير السن، فنجد أن الفئة العمرية الأولى، من 18 سنة إلى 23 سجلت أعلى نسبة، من خلال تأكيدها على أن دور التثقيف ونشر المعلومات، يحتل المرتبة الأولى بنسبة 50%، ثم يليه دور اختيار الألفاظ المناسبة للتأثير بنسبة 50%، ثم نجد دور الدفاع عن الحزب، بنسبة 37.5% ، وفي الأخير نسبة 29.16%، تتعلق بدور سياسة الحزب و برامجه.

و نستنتج بالتالي، بأن هذه الفئة العمرية، تميل إلى إعتبار التثقيف ونشر المعلومات أولوية الحزب، من أجل إستقطاب الشباب، إذ لا بد من إعداد الشباب سياسيا و تهيئتهم .

أما الفئة العمرية الثانية ، من 24 سنة إلى 29 سنة، تؤكد بأن الدفاع عن مصلحة الحزب من أهم أدوار القائم بالإتصال بحزب الأفافاس، بنسبة 41.55% ، يليه دور التثقيف بنسبة 33.33%، ثم نجد دور شرح سياسة الحزب ، بنسبة 25%.

نستنتج أنهذه الفئة، ترى أن الدفاع عن مصلحة الحزب من أهم أدوار القائم بالإتصال، لأن فيه تجسيد لمبدأ الولاء السياسي للحزب .

أما الفئة العمرية الثالثة، فيحتل دور شرح سياسة الحزب في ريادة الترتيب بنسبة 39.58% ثم يليه دور اختيار ألفاظ المناسبة للتأثير، بنسبة تقدر بـ 25% ، ثم نجد دور الدفاع عن مصلحة الحزب، بنسبة 20.83% ، وفي الأخير نجد دور التثقيف ونشر المعلومات بنسبة 12.5%.

نستنتج بأن هذه الفئة، ترى بأن شرح الخطوط العريضة للحزب ، من طرف القائم بالإتصال الأساس ، لإستقطاب الشباب للمشاركة السياسية ، ويكون من خلال شرح، وإبراز إيديولوجية الحزب .

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فنلاحظ بأن أعلى نسبة سجلت لدى ذوي المستويات الجامعية، بنسبة تقدر بـ 100%، من خلال تأكيدها بأن التثقيف بالمعلومات على رأس أدوار القائم بالإتصال، مقابل 0% للمستويات الابتدائية و الثانوية والمتوسطة تليها نسبة 75% لدى الجامعيين، الذين يؤكدون بأن إختيار الألفاظ المناسبة للتأثير في المركز الثاني، مقابل 0% بالنسبة لذوي المستوى الثانوي و الابتدائي، و 25% بالنسبة لذوي المستوى المتوسط، أما المركز الثالث فيؤكد الجامعيون، بأن دور شرح سياسة الحزب من أهداف القائم بالإتصال، بحزب الأفافاس بنسبة تقدر بـ 70.83%، مقابل 22.08% بالنسبة لذوي المستوى المتوسط، ونسبة 4.16% لذوي المستوى الابتدائي، وفي الأخير نجد نسبة 70.83% مقابل 8.33%، لذوي المستوى الثانوي، ونسبة 20.8% لذوي المستوى المتوسط ، و 0% لذوي المستوى الابتدائي .

نستنتج في الأخير، بأن أصحاب المستويات الجامعية ، تؤكد بأن التثقيف ونشر المعلومات وإختيار الألفاظ المناسبة للتأثير على رأس أدوار القائم بالاتصال، أكثر من المستويات التعليمية الأخرى، نظرا لكون أغلبية ذوي الفئة الجامعية، منخرطون في حزب الأفافاس و على إطلاع بالشأن السياسي العام، لحزب الأفافاس .

جدول رقم 53: علاقة متغيرات الدراسة بمدى إمداد مكتب العلاقات العامة بحزب الألفاس للشباب بالمعلومات السياسية من أجل تحقيق المشاركة السياسية

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%44.68	21	%77.35	41	ذكر	الجنس
%38	38	%55.31	26	%22.64	12	أنثى	
%100	100	%100	47	%100	53	المجموع	
%38	38	%42.55	20	%33.96	18	من 18 سنة إلى 23 سنة	العمر
%34	34	%46.80	22	%22.64	12	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%10.63	5	%43.39	23	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	47	%100	53	المجموع	
%2	2	%0	0	%3.77	2	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%6.38	3	%26.41	14	متوسط	
%3	3	%0	0	%5.66	3	ثانوي	
%78	78	%93.61	44	%64.15	34	جامعي	
%100	100	%100	47	%100	53	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن 77.35% من الذكور، يؤكدون بأن مكتب العلاقات العامة بحزب الأفافاس، قام بإمدادهم بالمعلومات السياسية، بنسبة 77.35% مقابل 22.64% لدى الإناث، ويعود ذلك لكون الذكور أكثر إهتماماً بالشأن السياسي العام، مقارنة بالإناث في حين نجد نسبة 55.31% من الإناث، نفين إمداد مكتب العلاقات العامة بحزب الأفافاس بالمعلومات السياسية، مقابل 68.44% لدى الذكور، نلاحظ إرتفاع النسبة لدى الإناث كونهن لا يستهدفن مكتب العلاقات العامة بالحزب، كونه يركز على الذكور.

أما فيما يخص متغير السن، فنلاحظ بأن الفئة العمرية الثانية من 24 سنة إلى 29 سنة تؤكد بأن مكتب العلاقات العامة بحزب الأفافاس، لم يقوم بإمدادهم بالمعلومات السياسية بنسبة تقرب 46.80%، مقابل نسبة 22.64%، ممن أكدوا بأن الحزب قام بإمدادهم بالمعلومات السياسية، في حين نجد في الفئة الثالثة تؤكد بأنه تم إمدادهم بالمعلومات السياسية، بنسبة 43.39%، مقابل 10.63% ممن لم يتلقوا المعلومات السياسية، وفي الأخير نجد نسبة 42.55% ممن لم يتلقوا المعلومات السياسية لدى الفئة العمرية الأولى أكبر نسبة، ممن تلقوا معلومات سياسية مقابل 33.96% ممن تلقوا معلومات سياسية بحكم أن هذه الفئة ما تزال في بداية الطريق .

نستخلص بأن أكبر نسبة، سجلت لدى فئة من 30 سنة إلى 35 سنة، ممن تلقوا معلومات سياسية لدى حزب الأفافاس، هذا يعود إلى تجربتهم و إنخراطهم في هذا الحزب، على عكس الفئتان العمريتان الأولى و الثانية، التي لم تتلق معلومات سياسية، يرجع ذلك إما لعدم إستفسار هاتين الفئتين، و إتصالهم بمسؤولي الحزب، أو لعدم إهتمامهم السياسي العام .

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فنلاحظ أن أعلى نسبة سجلت لدى الجامعيين بنسبة 93.16%، الذين يؤكدون بأن مكتب العلاقات العامة بالحزب، لم يقوم بإمدادهم بالمعلومات السياسية مقارنة بأصحاب المستويات الإبتدائية و الثانوية، بنسب تقرب 6.38% لدى أصحاب المستوى المتوسط، في حين نلاحظ أن أعلى نسبة هي 64.15% لدى الجامعيين، ممن تلقوا المعلومات السياسية، تليها نسبة ذوي المستويات المتوسطة بنسبة 26.41%، وذوي المستويات الثانوية بنسبة 5.66%، ونسبة 3.77% بالنسبة

للمستويات الابتدائية ، وتلك النسبة العالية،ترجع إلى عدم قيام حزب الأفافاس،بتقديم المعلومات السياسية،ومنه نستنتج أن أصحاب المستويات الجامعية،تحل في المرتبة الأولى،من حيث تلقي المعلومات السياسية ، أكثر من المستويات التعليمية الأخرى، وهذا راجع إلى إنفتاحها و احتكاكها بالشأن العام السياسي،بالإضافة إلى كون الأفراد الجامعيين يقدر عددهم بـ78 فرد ، أما المستويات التعليمية الأخرى ، فيقدر عدد أفرادها بـ22 فرد

جدول رقم 54: علاقة متغيرات الدراسة بمدى مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفافاس في دفع الشباب للإنتخاب

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%48.21	27	%79.54	35	ذكر	الجنس
%38	38	%51.78	29	%20.45	9	أنثى	
%100	100	%100	56	%100	44	المجموع	
%28	28	%44.64	25	%29.54	13	من 18 سنة إلى 23 سنة	العمر
%34	34	%42.85	24	%22.72	10	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%12.5	7	%47.72	21	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	56	%100	44	المجموع	
%2	2	%0	0	%4.54	2	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%10.71	6	%25	11	متوسط	
%3	3	%1.78	1	%4.54	2	ثانوي	
%78	78	%87.5	49	%65.90	29	جامعي	
%100	100	%100	56	%100	44	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن الذكور يؤكدون بأن العلاقات العامة بحزب الأفافاس، قد ساهمت في دفعهم نحو الانتخاب، بنسبة عالية، تقدر بـ 79.54% مقابل نسبة 20.45% بالنسبة للإناث، في حين نجد أعلى نسبة تقدر بـ 51.78% اللائي ينفين مساهمة العلاقات العامة، بحزب الأفافاس في دفعهن نحو الإنتخاب، مقابل نسبة 48.21% للذكور، وهذه النسبة العالية لدى الذكور، المؤيدين بمساهمة العلاقات العامة في هذا الحزب، ودفعهم نحو الانتخاب، راجع إلى إهتمامهم بالشأن السياسي العام، ورغبتهم في التغيير، في حين يرجع إنخفاض النسبة لدى الإناث، مرده إلى أن عدد الذكور أكثر من الإناث الذي يقدر بـ 62 ذكرا ، كما يعود إلى رغبتهن في المشاركة من أجل إثبات الذات، والمشاركة إلى جانب الرجل في بناء البلاد ، في حين يرجع إرتفاع النسبة لدى الإناث، بنسبة 51.78% كون العلاقات العامة، غير مساهمة في دفعهن نحو الإنتخاب بنسبة 48.21% لدى الذكور، إلى عدم وجود جهود لدى مسؤولي الحزب في إقناعهن ، ودفعهن للإنتخاب، بالإضافة إلى التهميش ، الذي تلاقيه المرأة في المجال السياسي .

أما فيما يخص متغير السن، فنلاحظ بأن النسبة عالية، لدى الفئة العمرية الثالثة ، من 30 سنة إلى 35 سنة ، ترى بأن هناك مساهمة للعلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في دفعهم للإنتخاب ، بنسبة تقدر بـ 47.72% وهي أعلى نسبة ، وهذا راجع لكون الفئة الأكثر وعيا، والأكثر خبرة في المجال السياسي، مقارنة مع نسبة الفئة العمرية الأولى، من 18 سنة إلى 23 سنة، التي تقدر بـ 29.54% ، لكون هذه الفئة يكون دافعها الفضول وحب الاطلاع ، وفي الأخير نجد الفئة العمرية الثالثة ، تقدر نسبتها بـ 22.72%، ويكون دافعها للإنتخاب بغرض اكتساب الخبرة ، والمساهمة في صنع القرار، وفي المقابل نلاحظ بأن الفئة العمرية الأولى، ينفون مساهمة العلاقات العامة، في دفعهم نحو الإنتخاب، بنسبة 44.64% نظرا لضعف نشاطات العلاقات العامة ، وعدم الإكتراث لدى هذه الفئة بأهمية العملية الإنتخابية ، كما نلاحظ أيضا أن النسبة تنخفض أكثر، لدى الفئة العمرية الثانية والثالثة، بنسبة 42.58% ، و 12.5% على التوالي، و هذا راجع إلى لكون هاتين الفئتين قد فقدت الثقة في هذا الحزب، بالإضافة إلى كون هذا الحزب ، لا يهتم بإنشغالات الشباب الأساسية .

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فنلاحظ أن أصحاب المستوى الجامعي ينفون مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفافاس في دفعهم نحو الإنتخاب، بنسبة تبلغ 87.5% وهي أكبر نسبة ، وهذا راجع لكون عدد أفراد هذه الفئة يقدر بنسبة 78% من الجامعيين ثم تليه فئة المستوى المتوسط ، بنسبة 10.71% ثم نجد فئة المستوى الثانوي بنسبة 1.78% ، وفي الأخير نجد النسبة معدومة لدى فئة المستوى الابتدائي بنسبة 0% .

نستنتج بأن أكبر نسبة، سجلت لدى الجامعيين الذين يرون بأن مسؤولي حزب الأفافاس لا يعملون على تشجيعهم على الإنتخاب ، من خلال برامج العلاقات العامة، نتيجة عدم وجود آليات سليمة للتواصل السليم و الإتصال الناجح ، وضعف الخطاب السياسي ، ثم نجد النسب تتناقص لدى المستويات التعليمية الأخرى ، نظرا لعدم أهمية العملية الانتخابية لديهم.

و في المقابل نلاحظ بأن 65.90% من الجامعيين، يؤكدون مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفافاس، في دفعهم نحو الإنتخاب، مقابل 25% لدى فئة المستوى المتوسط

و 4.54% لدى فئتي المستوى الابتدائي و الثانوي، ويتضح في الأخير، بأن للعلاقات العامة دور كبير في دفع أصحاب المستوى الجامعي، للإنتخاب نتيجة إنخراط أغلبهم، في هذا الحزب، وإيمانهم بمبادئه السامية، في المستويات التعليمية الأخرى النسب تتناقص نتيجة العدد المحدود، للأفراد بالإضافة إلى قلة الاهتمام بالشأن السياسي العام .

جدول رقم 55: علاقة متغيرات الدراسة بمدى تحفيز العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية الشباب للتعبير عن اتجاهاتهم السياسية

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير	
%62	62	%45.28	24	%80.85	38	ذكر	الجنس
%38	38	%54.71	29	%19.14	9	أنثى	
%100	100	%100	53	%100	47	المجموع	
%38	38	%50.94	27	%23.40	11	من 18 سنة إلى 23 سنة	العمر
%34	34	%43.39	23	%23.40	11	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%28	28	%5.66	3	%53.19	25	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	100	%100	53	%100	47	المجموع	
%2	2	%0	0	%4.25	2	إبتدائي	المستوى التعليمي
%17	17	%1.88	1	%34.04	16	متوسط	
%3	3	%1.88	1	%4.25	2	ثانوي	
%78	78	%96.22	51	%57.44	27	جامعي	
%100	100	%100	53	%100	47	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول، بأن الذكور يرون بأن العلاقات العامة بحزب الأفافاس ، ساهمت في التعبير عن اتجاهاتهم السياسية، بنسبة تقدر بـ 80.85%، وهي أعلى نسبة مقارنة مع نسبة 19.14% لدى الإناث، وهذه النسبة العالية لدى الذكور، تعود إلى كونهم أكثر إهتماما بالشأن السياسي العام ، بالإضافة إلى عدد أفراد الذكور الذي يقدر بـ 62 ذكر أكثر من الإناث، في مقابل ذلك ، نلاحظ أن بقية المبحوثين، يرون أنه لا يوجد تحفيز للعلاقات العامة بحزب الأفافاس ، في تعبيرهم عن اتجاهاتهم السياسية، بنسبة تقدر بـ 54.71% لدى الإناث ، تعود إلى كونهن أقل إهتماما بالشأن السياسي، و الدخول في النقاشات و الحوارات السياسية

أما الذكور، فيعود إلى فقدان الثقة بهؤلاء السياسيين ، كما أن نشاطات العلاقات العامة بهذا الحزب مؤقتة .

أما فيما يتعلق بمتغير السن ، فنلاحظ أن الفئة العمرية الثالثة، من 30 سنة إلى 35 سنة يؤكدون تحفيز العلاقات العامة بحزب الأفافاس في تعبيرهم عن اتجاهاتهم السياسية بنسبة 53.19%، مقابل 23.40% لدى الفئة العمرية الأولى والثانية، وتعود تلك النسبة العالية لدى الفئة العمرية الثالثة، يعود إلى الخبرة السياسية التي إكتسبوها، بالإضافة إلى إنخراطهم في تنظيمات مختلفة، بينما نجد النسبة أقل لدى الفئتين السابقتين ، يعود إلى دافع الفضول، وتكوين أنفسهم لإكتساب الخبرة اللازمة .

أما فيما يخص المستوى التعليمي ، فقد سجلت الفئة الجامعية أكبر نسبة تقدر بـ 96.22% من خلال آرائهم ، حول عدم مساهمة العلاقات العامة بحزب الأفافاس في التعبير عن اتجاهاتهم السياسية ، مقابل 1.88% لدى الفئة المتوسطة ، و 1.88% لدى فئة المستوى الثانوي، و 0% لدى فئة المستوى الابتدائي .

يتبين من خلال الجدول ، أن أصحاب المستوى الجامعي، ينفون مساهمة العلاقات العامة في التعبير عن اتجاهاتهم السياسية، يعود لكونهم قد لاحظوا الضعف و النقص لدى مسؤولي الحزب عند تطبيقهم لبرامج العلاقات العامة، في حين نجد المستويات الأخرى ذات تفاوت في النسب، وهذا يعود إلى عدم الاهتمام بدرجة كبيرة بالشأن السياسي العام .

جدول رقم 56 : علاقة متغيرات الدراسة بكيفية تحفيز العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية الشباب تعبير على إتجاهاتهم السياسية

المجموع		مناقشة رئيس الحزب و مسنولييه		نشر أفكارك على موقع الحزب		المشاركة في مسيرات		المشاركة في مظاهرات		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%80.85	38	%85.71	6	%100	3	%86.66	13	%72.72	16	ذكر	الجنس
%19.14	9	%14.28	1	%0	0	%13.33	2	%27.27	6	أنثى	
%100	47	%100	7	%100	3	%100	15	%100	22	المجموع	
%23.40	11	%0	0	%33.33	1	%33.33	5	%22.72	5	من 18 سنة إلى 23 سنة	السن
%23.40	11	%0	0	%33.33	1	%13.33	2	%36.36	8	من 24 سنة إلى 29 سنة	
%53.19	25	%100	7	%33.33	1	%53.33	8	%40.90	9	من 30 سنة إلى 35 سنة	
%100	47	%100	7	%100	3	%100	15	%100	22	المجموع	
%4.25	2	%0	0	%0	0	%6.66	1	%4.54	1	ابتدائي	
%34.04	16	%71.42	5	%0	0	%40	6	%22.72	5	متوسط	المستوى التعليمي
%4.25	2	0	0	%0	0	%6.66	1	%4.54	1	ثانوي	
%57.44	27	%28.57	2	%100	3	%46.66	7	%68.18	15	جامعي	
%100	47	%100	7	%100	3	%100	15	%100	22	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول، بأن نشر الأفكار على موقع الحزب، إحتل نسبة عالية تقرب 100 % لدى الذكور، بإعتبارهم من بين من طرق التعبير عن الإتجاهات السياسية مقابل 0% لدى الإناث، وهذه النسبة العالية لدى الذكور، تعود إلى كونهم أكثر ميلا للنقاش السياسي، عبر مختلف وسائل الإعلام، مقارنة مع الإناث ، اللواتي لا يفصحن عن إتجاهاتهن السياسية أو لعدم الإهتمام بالشأن السياسي العام، وبحزب الأفافاس خاصة .

ثم يليه في الترتيب، أسلوب المشاركة في المسيرات، بإعتباره أسلوب في تحفيز الشباب من خلال حزب الأفافاس، في تعبير الشباب عن إتجاهاته السياسية ، بنسبة 86.66%، لدى الذكور مقابل 13.33% لدى الإناث، وتعود هذه النسبة العالية لدى الذكور لكونهم أكثر حماسا و إندفاعا، وهذا رغبة منهم في تغيير الواقع السياسي المرللبلاد ، مقارنة مع الإناث اللواتي يتصفن بالطبيعة الحساسة، والتردد و الخوف من إبداء آرائهن السياسية.

يأتي في المرتبة الثالثة، أسلوب مناقشة رئيس الحزب ومسؤوليه، بنسبة 85.71% لدى الذكور، مقابل 14.28% لدى النسبة، وسبب ارتفاع النسبة لدى الذكور، يعود إلى كونهم أكثر إتصالا وإفتاحا، مع مختلف الفاعلين السياسيين، أما النسبة المنخفضة لدى الإناث فيعود إلى طابع المرأة التي تتصف بالخجل، بالإضافة إلى تقاليد، وأعراف منطقة القبائل المحافظة ، التي لا تمكن المرأة من التعبير عن اتجاهاتها السياسية .

في المرتبة الرابعة نجد أسلوب المشاركة في مظاهرات، شكلا من أشكال التعبير عن الإتجاهات السياسية، من خلال العلاقات العامة بالحزب حيث تقدر النسبة بـ 72.72% لدى الذكور مقابل 27.27%، لدى الإناث حيث نلاحظ إرتفاع النسبة لدى الذكور، الذي يعود إلى الرغبة في المساهمة، لترقية الوضع السياسي نحو الأحسن، بينما نلاحظ أن النسبة منخفضة لدى الإناث، الذي يعود إلى كونهن لا يهتمن بالقضايا السياسية، على وجه الخصوص، بالإضافة إلى عدم وجود تحفيزات لدى مختلف المؤسسات الاجتماعية، من أجل أن تعبر المرأة عن إتجاهاتها السياسية بصوت مسموع .

أما فيما يتعلق بمتغير السن، فنلاحظ بأن النسب متقاربة حول أساليب العلاقات العامة بحزب الأفافاس، في التعبير عن الإتجاهات السياسية ، حيث نلاحظ أعلى نسبة سجلت لدى الفئة العمرية الثالثة من سنة 30 إلى 35 سنة، بنسبة 100%، التي تتمثل في أسلوب

مناقشة رئيس الحزب و مسؤوليه، وهذه النسبة المرتفعة تعود لكون أفراد هذه الفئة منخرطون في هذا حزب الأفافاس، ويهتمون بكل المستجدات السياسية، مقارنة مع الفئتين العمريتين الأولى و الثانية، من 18 سنة إلى 23 سنة، وفئة 24 سنة إلى 29 سنة الفئتين سجلتا نسبة معدومة بـ0%، و هذا يعود لكون الفئة العمرية الأولى لا تملك مقومات التنشئة السياسية السليمة ، أما الفئة العمرية الثانية فيعود ذلك إلى عدم الإهتمام بالسياسة عامة و بمسؤولي حزب الأفافاس خاصة .

يليه في المرتبة الثانية، أسلوب المشاركة في مسيرات بنسبة 53.33% لدى الفئة العمرية الثالثة من 30 سنة إلى 35 سنة، مقابل 33.33% لدى الفئة العمرية الأولى و 13.33% لدى الفئة العمرية الثانية، ويعود ارتفاع النسبة لدى فئة من 30 سنة إلى 35 سنة، لكونها وصلت إلى مرحلة من النضج و الرشد السياسي .

و يعود إنخفاض النسبة لدى الفئة العمرية الأولى ، إلى دافع الفضول، أما الفئة العمرية الثانية ، فيعود إلى قلة الإهتمام بالشأن السياسي العام

كما نجد في نفس الفئة العمرية الثالثة، تمثل نسبة 40.90% من خلال تأكيدها على أسلوب المشاركة في المظاهرات، مقابل نسبة 36.36% لدى الفئة العمرية الثانية ، ونسبة 72.22% لدى الفئة العمرية الأولى، ويعود ارتفاع النسبة لدى الفئة العمرية الثالثة إلى النضج السياسي ، وإكتسابهم لمقومات الثقافة السياسية ، بينما نجد النسبة أقل لدى الفئة العمرية الأولى ، التي يكون دافعها الفضول والمغامرة ، أما الفئة العمرية الثانية، التي ترتفع نسبتها عن الفئة الأولى ، فيعود إلى توفرها على رصيد معتبر من الثقافة السياسية .

أما أسلوب المشاركة في المسيرات ، فقد إحتلت الفئات العمرية الثلاث، نفس النسبة التي تقدر بـ 33.33% ، وهذا يدل على قيمة وعي هذه الفئات، بأهمية التعبير عن الإتجاهات السياسية ، حول مختلف القضايا التي تهم البلاد .

و فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، فنلاحظ بأن الفئة الجامعية إحتلت نسبة عالية تقدر بـ 100% ، من خلال تأكيدهم بان نشر الأفكار على موقع الحزب، يعد من بين أساليب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية، في تعبير الشباب عن إتجاهاته السياسية، مقارنة بالمستويات التعليمية الأخرى، التي سجلت نسبا معدومة تقدر بـ 0% ومرد

هذه النسبة المرتفعة لدى الفئة الجامعية، تعود إلى كون هذه الأخيرة أكثر إنفتاحاً، وإطلاعا على المحيط الخارجي، وبمختلف القضايا السياسية، و توفرها على رصيد معرفي معتبر مقارنة بالمستويات التعليمية الأخرى .

في حين نسجل أعلى نسبة لدى ذوي المستوى المتوسط، من خلال ذكرهم بأن مناقشة رئيس الحزب و مسؤوليه، أسلوب من أساليب التعبير عن الإتجاهات السياسية، بنسبة تقدر بـ 71.42%، تليها نسبة 28.57% لدى الجامعيين، و 0% لدى أصحاب المستويات الابتدائية و الثانوية، وهذه النسبة العالية لدى ذوي المستوى المتوسط تعود إلى كون أغلبية أفرادها منخرطون في هذا الحزب، ويعملون على إكتساب الثقافة السياسية ، في حين نجد النسبة أقل لدى الجامعيين، ويعود ذلك نقص التفاهم و الحوار، وإلى قلة الإهتمام بالإتصال مع مسؤولي الحزب .

تليها ثالث أعلى نسبة لدى الفئة الجامعية، من خلال ذكرهم بأن المشاركة في المظاهرات من أشكال التعبير عن الإتجاهات السياسية، بنسبة تقدر بـ 68.18%، تليها نسبة 22.72% لدى ذوي المستوى المتوسط، ونسبة 4.54% لدى ذوي المستوى الابتدائي والثانوي، ويعود إرتفاع النسبة لدى الفئة الجامعية، إلى كونهم نخبة المجتمع المثقفة التي تهتم بالشأن السياسي العام، أما إنخفاض النسبة لدى ذوي المستوى المتوسط ، فيعود إلى نقص الرصيد المعرفي و السياسي لديها ، أما الفئة ذات المستوى الابتدائي والثانوي، فيعود إلى تواضع الرصيد المعرفي، وعدم إحتكاكهم بالعالم الخارجي ، إضافة إلى دافع الفضول لديها.

أما أسلوب المشاركة في المسيرات ، تقدر نسبتها بـ 46.66% وهي أعلى نسبة سجلت لدى الفئة الجامعية ، ثم 40% لذوي المستوى المتوسط، و نسبة 6.66% لذوي المستوى الابتدائي و الثانوي، ومرد هذه النسبة العالية لدى الجامعيين، يعود إلى احتلالهم حصة الأسد في هذه الدراسة، إضافة إلى وعيهم السياسي المعتبر من خلال التعبير عن آرائهم بكل ديمقراطية ، أما إنخفاض النسبة لدى ذوي المستوى المتوسط، فيعود إلى العدد المحدود لأفرادها بالإضافة إلى قلة الرصيد المعرفي، و نفس الشيء بالنسبة للفئات ذات المستوى الابتدائي و الثانوي .

7- عرض المقابلات والتعليق عليها:

1- مقابلة مع السكرتير والمكلف بالإعلام و الإتصال على مستوى المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو، كمال معمر .

س1: ما هي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

ج1: تحتل العلاقات العامة مكانة عالية بإعتبارها مقوما أساسيا للحزب، كون فعالية الحزب وقوته تتوقف على العلاقة التي تكون بين الجمهور الداخلي والخارجي، وهي أداة الربط بين الحزب والبيئة المحيطة به، وهي من أهم العوامل التي تلعب دورا حاسما في نجاح الحزب وكسب ثقة الجماهير، وبناء علاقات جيدة مع المحيط الخارجي .

س2 : ماهي الأهداف التي يسعى حزبكم إلى تحقيقها من خلال العلاقات العامة ؟

ج2: من بين أهداف حزب جبهة القوى الاشتراكية من خلال العلاقات العامة هي :

-الإعلام عن أهداف الحزب ونشاطاته والدفاع عن أطروحات الحزب والترويج له والعمل على التجنيد السياسي للمواعيد الانتخابية ، واستقطاب أعضاء جدد ، والعمل على كسب ثقة وتعاطف الجماهير، والإهتمام بتحقيق التنمية المحلية عن طريق نقل مطالب وانشغالات المواطنين إلى السلطات العليا للبلاد.

س3: ماهي البرامج والأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة في حزب جبهة القوى الاشتراكية؟

ج3: من أهم الأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة في حزبنا السياسي ، تتمثل في عقد ملتقيات وندوات مع مختلف أعضاء الحزب والجمهور الخارجي، وكذا إقامة إحتفاليات تأسيس الحزب في 29 سبتمبر 1963، كما يقوم أعضاء الحزب بمهمة الوساطة للإستماع لمشاكل المواطنين في المدن والأرياف، والعمل على حلها من خلال أعضاء المجلس الشعبي المصيرية، ورعاية مختلف التظاهرات والفعاليات الثقافية و الإجتماعية . أعضاء المجلس¹.

1- مقابلة مع السيد: كمال معمر، السكرتير المكلف بالإعلام و الإتصال على مستوى المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية، بمقر الحزب الولائي بتيزي وزو، يوم 2ماي 2019، الساعة: 14:00

الولائي، أو أعضاء المجلس الشعبي البلدي من أجل التشاور والعمل، على إتخاذ القرارات المصيرية ، ورعاية مختلف التظاهرات والفعاليات الثقافية و الإجتماعية .

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة من طرف حزبكم السياسي من أجل تحفيز الشباب على المشاركة السياسية ؟

ج4: تتنوع هذه الوسائل الإتصالية كمايلي :

1- الوسائل السمعية البصرية ، المتمثلة في التلفزيون والإذاعة والملصقات

2-الوسائل الشفوية ، المتمثلة في المحاضرات والملتقيات والهاتف ،المقابلات الشخصية الجامعية الصيفية .

3-الوسائل المكتوبة المتمثلة في:الفاكس ، الصحف ، المجلة الخاصة بالحزب

Libre algerie، الوثائق و النشريات و المطويات

4-الوسائل التكنولوجية المتمثلة في الأنترنت، وموقع الحزب ، صفحة الحزب الموجودة في موقع الفايس بوك .

س5: كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم السياسي في نشر الوعي السياسي ، عند الشباب الجزائري ؟

ج5: يتم من خلال إمداد المناضلين وأعضاء الحزب بالمعلومات ، التي يعملون على نشرها وتقديمها لكافة شرائح المجتمع ، ولاسيما الشباب باعتباره القوة المحركة لأي أمة أو مجتمع كما يقوم حزب الأفافاس ، بتكوين المناضلين في الحزب، وتلقينهم أسس ومهارات التعامل بالهدوء وضبط النفس ، والإستعانة بكفاءات بشرية ذات جودة سياسية عالية ، ومتمرسة ومحنكة ، كما يعمل الحزب على تقديم صورة إيجابية وحسنة عنه ، لدى الشباب خصوصا كما تقام الجامعة الصيفية ، بهدف إستهداف نخب المجتمع الجامعيين ، والعمل¹

1- مقابلة مع السيد: كمال معمور، السكرتير المكلف بالإعلام والإتصال على مستوى المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشرافية، نفس المرجع السابق

مع الأساتذة الجامعيين، والمجتمع المدني والتنسيق معهم، كما يقوم الحزب بالدفاع عن حقوق المرأة، والعمل على تمكين مشاركتها السياسية في مختلف الأصعدة .

س6: كيف يتم التنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي، عند تطبيق برامج العلاقات العامة؟

ج6: تكون هناك علاقة بنائية بحيث تتدفق المعلومات والأوامر والتعليمات ، من الإدارة العليا للحزب الكائن مقره بالجزائر العاصمة، إلى مختلف المكاتب الولائية لحزب الأفافاس من أجل القيام بنشاطات أو فعاليات سياسية أو إجتماعية أو ثقافية ، ويكون هناك إتصال وتنسيق بين مناضلي حزب الأفافاس من خلال الإجتماعات والندوات والمحاضرات على المستوى الداخلي للحزب، وبين أعضاء الحزب ، ومناضليه والعمل على إستخدام البريد الإلكتروني أو موقع الفايسبوك لصفحة حزب الأفافاس ، من أجل التواصل مع الجمهور الخارجي .

س7: كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى الشباب الجزائري ؟

ج7: من خلال العمل على التعريف على إنجازات الحزب وأمجاده العريقة ، ونضاله الدائم من أجل قيم وأهداف حزب الأفافاس، بإعتباره أول حزب معارض بعد الإستقلال ، حيث يعمل حزب الأفافاس على تطوير الجودة السياسية ، والنظر إلى المدى البعيد ، ونجد العديد من الشباب مثلا: في مظاهرات الحراك الشعبي أيام الجمعة يحملون صورا للزعيم المؤسس¹

1- مقابلة مع السيد: كمال معمر ، نفس المرجع السابق

للحزب "حسين أيت أحمد" إيماناً منهم بصدق نواياه ونزاهته السياسية في البلاد ، وعدم تملقه للسلطة السياسية في البلاد ، وهذا الحزب ينادي بإقامة جمهورية ثانية بدل الجمهورية الأولى.

س8: ما هي الإستراتيجية الإتصالية الخاصة ، لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري؟

ج8: يوجد نوعين من الإستراتيجية الإتصالية في حزب الأفافاس

-الإستراتيجية الإتصالية العامة: التي تقوم على أساس إستخدام جميع وسائل الإتصال والإعلام ، من أجل تحقيق أهداف الحزب ، والعمل على نشر الوعي السياسي والتنشئة السياسية ، لكامل شرائح المجتمع من شباب ونساء وكهول ، ليكونوا أعضاء فاعلين في المجتمع .

- الإستراتيجية الإتصالية الخاصة: التي تقوم على أساس تحديد وتحليل وإستهداف الجمهور من أجل إستثماره للمشاركة السياسية ، ويكون ذلك من خلال المواعيد والاستحقاقات الإنتخابية ، سواء الإنتخابات الرئاسية أو البلدية أو الولائية ، أو البرلمانية حيث يقوم الحزب باستخدام مختلف وسائل الإتصال وإختيار الوسيلة الإتصالية الملائمة بهدف إحداث فعالية التأثير، ودفع الشباب للمشاركة السياسية ، بإعتبارهم زبدة المجتمع وذخيرة الأمة

س9: كيف تساهم وظائف العلاقات العامة من إعلام وتنسيق وتخطيط ، بين مسؤولي حزب الأفافاس ، في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟¹

1- مقابلة مع السيد: كمال معمر ، نفس المرجع السابق

ج9: يقوم حزب الأفافاس ، بالتنسيق بين أعضائه و مناضليه ، عن أهم النشاطات و الفعاليات التي ستقام وأهم المعلومات ، التي يجب أن تنتقل وتوصل إلى الجمهور العام ، ويتم تخطيط هذه البرامج و النشاطات بأسس علمية وموضوعية ، تلائم إحتياجات الجمهور، ومراعاة مستوياتهم الثقافية ، حيث تكون هناك نقاشات وحوارات سياسية حول مختلف القضايا السياسية الراهنة ، مثل: الحراك الشعبي، في إطار الديمقراطية التشاركية .

س10: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزبكم خلال تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ج10: هناك عدة معوقات ، تتمثل في سعي بعض الأحزاب السياسية إلى خلق البلبلة والفوضى والتشويش في صفوف أعضاء حزب الأفافاس، من خلال نشر معلومات وبيانات كاذبة تسيء إلى سمعة الحزب ، بالإضافة إلى سعي بعض الأحزاب الموالية للسلطة إلى إفشال كل المبادرات السياسية ، التي يعمل حزب الأفافاس على تبنيها ، بالإضافة إلى عوائق بيروقراطية تتمثل في صعوبة الحصول على تراخيص من السلطات المحلية لإقامة محاضرات وندوات ، والتماطل في منح هذه التراخيص والإذن ، بالإضافة إلى عزوف بعض الشباب عن المشاركة والحضور إلى الفعاليات والنشاطات ، التي يعدها ويقوم بها حزب الأفافاس¹

التعليق على المقابلة الأولى :

من خلال المقابلة الأولى مع السكرتير المكلف بالإعلام و الإتصال على مستوى المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو "كمال معمر" ، يتضح لنا مدى إهتمام هذا الحزب بالعلاقات العامة ، بإعتبارها الجسر ، الذي يربط بين الجمهور الداخلي والخارجي ، وإرساء أسس التفاهم والتواصل والثقة .

1- مقابلة مع السيد: كمال معمر، نفس المرجع السابق

ولهذا الحزب أهداف يعمل على تحقيقها بصفته تنظيم مهيكّل ومنظم، من خلال العمل على تقديم مبادرات ومقترحات للسلطة ، وإرساء أسس الديمقراطية والمشروعية ، ودولة القانون بالإضافة إلى العمل للوصول إلى السلطة، إلى جانب الحزب على تقديم صورة حسنة للجماهير، يمتلك حزب الأفافاس برامج ونشاطات متعلقة بالعلاقات العامة من بينها عقد ندوات وملتقيات مع مختلف أعضاء الحزب، ومع الجمهور الخارجي وكذا الإستماع لإنشغالات المواطنين في المدن والأرياف، ونقلها إلى السلطات المحلية أو العليا للبلاد من أجل إيجاد حلول لها، والتشاور من أجل العمل على إتخاذ قرارات حاسمة ومصيرية .

أما فيما يتعلق بالوسائل الإتصالية المستخدمة من طرف حزب الأفافاس ، فإنه يستخدم كل وسائل بمختلف أشكالها وأنواعها، من سمعية بصرية: كالتلفزيون والإذاعة والوسائل الشفوية مثل: محاضرات و الملتقيات والمقابلات الشخصية، والوسائل المكتوبة مثل : الصحف و المجلة الخاصة بالحزب والوثائق و النشريات، بالإضافة إلى الوسائل التكنولوجية مثل: موقع الفيس بوك وموقع الحزب الإلكتروني، إذ أن هذه الوسائل المختلفة تعمل على إستقطاب أعضاء جدد للحزب، ويظهر دور العلاقات العامة بحزب الأفافاس، في نشر الوعي السياسي عند الشباب ، من خلال تركيز الحزب على نشر معلومات والنشريات بالتركيز على فئة الشباب بإعتبارهم الجيل، الذي سيجعل مشعل التغيير، كما يعمل الحزب على إقامة فعاليات الجامعة الصيفية من أجل إستقطاب الشباب، وتنشئتهم سياسيا خصوصا الطلبة الجامعيين، بالإضافة إلى التنسيق والتشاور مع الأساتذة الجامعيين والمجتمع المدني .

يكون من خلال الحزب عنصر التنسيق بين أعضائه والجمهور الخارجي، عند تطبيق برامج العلاقات العامة، من خلال سريان المعلومات والأوامر من الإدارة المركزية للحزب إلى مختلف المكاتب الولائية لحزب الأفافاس، من أجل القيام بنشاطات وفعاليات سياسية أو إجتماعية أو ثقافية .

وحزب الأفافاس يعمل على تقديم صورة إيجابية عنه، عن طريق العمل على التعريف بإنجازات الحزب وبطولاته المجيدة، ونضاله الدائم من أجل جزائر ديمقراطية وحرّة وقوية وثابتة، وهو حزب معارض للسلطة وغير متملق، متزلف و مرتمي في أحضانها .

فيما يخص إستراتيجية الإتصال في الحزب، من أجل تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، هناك إستراتيجية عامة تقوم على إستخدام جميع وسائل الإعلام والإتصال ، من أجل نشر الوعي السياسي، والتجنيد السياسي للأعضاء الجدد .

وإستراتيجية الإتصال الخاصة ، التي تقوم على تحليل الجمهور من أجل إستهدافه للمشاركة السياسية في المواعيد، والإستحقاقات الإنتخابية .

والإعلام والتنسيق والتخطيط عناصر أساسية، من أجل بناء برامج وتنظيم نشاطات تلقى القبول والإهتمام لدى الشباب الجزائري، من خلال تزويد أعضاء الحزب بأهم المعلومات الواجب نقلها للجمهور ، وخصوصا فئة الشباب، وهذه المعلومات يتم تنظيمها وفرزها بأسس علمية وموضوعية ، تلائم رغبات الجمهور ومستوياتهم العلمية .

يواجه حزب الأفافاس، معوقات متنوعة لتطبيق برامج العلاقات العامة، من بينها، وجود أطراف محسوبة على السلطة السياسية، تعمل على التشويش على مبادرات الحزب وإقتراحاته ونشاطاته وعوائق بيروقراطية، تتمثل في تماطل السلطات المحلية في إعطاء تراخيص لعقد ملتقيات ومحاضرات .

2- مقابلة مع عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو، فتحي مقران

س1 : ماهي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

ج1: يعد حزب الأفافاس أول حزب معارض بعد الإستقلال ، وهو حزب يولي إهتماما بالغا للعلاقات ، بإعتبارها الركيزة الأساسية لتعريف الجمهور ، بفعاليات ونشاطات الحزب وكذا المباديء والأسس ، التي يقوم عليها حزب الافافاس .

س2: ماهي الأهداف التي يسعى حزبكم الأفافاس إلى تحقيقها من خلال العلاقات العامة؟

ج2: الحزب يعمل على نشر الديمقراطية ، وثقافة حقوق الإنسان ، في المجتمع والحرية في التعبير والعدالة الإجتماعية ، كما له أهداف وطموحات سياسية منها: الوصول إلى السلطة سواء من خلال الإنتخابات الرئاسية أو البرلمانية .

س3: ماهي البرامج والأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة في حزب جبهة القوى الاشتراكية ؟

ج3: من أهم برامج الحزب ونشاطاته في حزب الأفافاس: القيام بعقد ملتقيات وإجتماعات سواء بين أعضاء الحزب و مناضليه ، والقيام بخرجات ميدانية للإستماع لإنشغالات المواطنين والعمل على حلها ، وتبني بعض المبادرات السياسية ، بهدف تغيير الواقع السياسي الإجتماعي و الإقتصادي .

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة، من طرف حزبكم السياسي من أجل تحفيز الشباب على المشاركة السياسية ؟

ج4: تتمثل الوسائل الإتصالية في التلفزيون والراديو ومواقع الإتصال الإجتماعي كالفيسبوك والإجتماعات ، الملتقيات ، النشريات ، والمحاضر ، البرقيات ، الإتصال الشخصي ، محاضرات الفيديو المقابلات الميدانية ، والمباشرة مع المواطنين¹.

1- مقابلة مع السيد: مقران فتحي ، مرجع سبق ذكره

س5: كيف تساهم وظائف العلاقات العامة من إعلام وتنسيق بين مسؤولي الحزب ، في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري ؟

ج5: يكون ذلك من خلال إجراء إجتماعات بين أعضاء الحزب ، للخروج بقرارات توافقية ترضي كامل الأطراف في الحزب ، ويتم من خلاله تطبيق أهم البرامج والنشاط ، وكذا تقسيم العمل إذ لكل عضو دور يقوم به ، كما يعمل الحزب على دعوة الطلبة ، بهدف تقديم إقتراحات ، وكذا مختلف المهتمين بالحزب ، وهذا من أجل التعبئة السياسية ، والتجنيد السياسي.

س6: كيف يتم التنسيق بين أعضاء حزب الأفافاس والجمهور الخارجي ، عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ج6: يعد حزب الأفافاس حزب معارض للسلطة ، وحسين آيت أحمد مؤسس هذا الحزب وبصفتنا أعضاء في هذا الحزب ، فنحن نمثل هذا الحزب ومبادئه ، من خلال العمل على نشر مبادئه ومبادراته و إضفاء صبغة الشفافية ، وكشف المعلومات أمام الرأي العام ، وكذا إقامة علاقات مع مختلف الفاعلين من أساتذة وطلبة ، وتبادل وجهات النظر والآراء وتقديم كافة المعلومات والبيانات للصحافة ، ووسائل الإعلام المتعددة .

س7: هل لديكم إستراتيجية إتصالية ، معدة خصيصا لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

ج7: هناك إستراتيجية إتصالية ، تقوم على أساس إستهداف جمهور واسع وكبير ، وخاصة الطلبة الجامعيين بإعتبارهم نخبة المجتمع ، ويتم بذلك من خلال إقامة فعاليات الجامعة الصيفية ، وتمكين الأفراد من الإنخراط في الحزب ، لما يصبحون راشدين ، وكذا تقديم كافة المعلومات للمناضلين ، بهدف تبليغها لوسائل الإعلام وللمواطنين ، ولمختلف فعاليات المجتمع المدني¹

1- مقابلة مع السيد: ممران فتحي ، نفس المرجع السابق

س8: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والاجتماعية ، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

ج8: لا يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والاجتماعية ، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ، إذ أنه لا يعمل على إستغلال المناسبات الرياضية والاجتماعية لتمرير الرسائل السياسية ، وهذا الحزب لا يطبق مبدأ الإستغلالية والإنتهازية والديماغوجية

س9: ما هي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس عند الإتصال ، ومواجهة الشباب بهدف دفعه للمشاركة السياسية ؟

ج9: يعتمد حزبنا على اللغات الثلاث: اللغة العربية الفصحى ، اللغة الأمازيغية ، اللغة الفرنسية ، إذ يتوجه حزبنا لكل شريحة ، تفهم وتتقن أي لغة من هذه اللغات .

س10: ما هي المعوقات الإتصالية، التي يواجهها حزبكم، لتطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ج10: هناك عدة معوقات، تتمثل في صعوبة الحصول على تراخيص من السلطات المحلية لعقد إجتماعات ومحاضرات وملتقيات ، وطول الإجراءات في الحصول على الموافقة كما أن أغلب مبادراتنا تتعرض للسطو من طرف أحزاب أخرى.

بالإضافة إلى عدم إعطاء حزب الأفافاس لحقه في التغطية الإعلامية لنشاطاته وفعالياته السياسية لأنه حزب معارض للسلطة.¹

التعليق عن المقابلة الثانية :

يظهر لنا من خلال هذه المقابلة مع عضو المكتب الولائي لحزب الأفافاس بتيزي وزو "فتحي مقران" مدى الأهمية، التي يوليها هذا الحزب للعلاقات العامة ، بإعتبارها اللبنة الأساسية للتعريف بالحزب، وتقديم صورة حسنة عنه .

يعمل على تحقيق جملة من الأهداف، من خلال العلاقات العامة، مثل نشر الثقافة المواطنة وحقوق الإنسان، الحرية في التعبير، بالإضافة إلى الطموحات السياسة للوصول إلى كرسي

1- مقابلة مع السيد: مقران فتحي ، نفس المرجع السابق

الحكم، ويزخر حزب الأفافاس ببرامج ونشاطات متنوعة، تتمثل في عقد ملتقيات واجتماعات سواء على المستوى الداخلي للحزب، أو الخارجي والقيام بخرجات ميدانية للإستماع لإنشغالات المواطنين، وتبني بعض المبادرات السياسية بهدف تغيير الواقع السياسي المرير .

يستخدم حزب الأفافاس وسائل إتصالية، متنوعة من أجل تحفيز الشباب على المشاركة السياسية: التلفزيون الإذاعة ومواقع التواصل الإجتماعي، والاجتماعات والملتقيات والإتصال الشخصي، ومجلة الحزب والملتقيات، تظهر مساهمة وظائف العلاقات العامة من إعلام وتنسيق بين مسؤولي الحزب، من أجل تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري من خلال الإجتماعات بين الأعضاء في الحزب، من أجل إتخاذ قرارات توافقية ترضي كامل الأطراف وتقسيم العمل، إذ كل عضو له دور يقوم به، كما يعمل الحزب على توجيه دعوات للطلبة بهدف تقديم المقترحات .

ويكون التنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي، عند تطبيق برامج العلاقات العامة من خلال نشر مبادئ الحزب وإضفاء صبغة الشفافية وكشف المعلومات أمام الجمهور ، وربط صلات مع مختلف الفاعلين في المجتمع من أجل تبادل وجهات النظر والآراء .

وإستراتيجية الإتصال من أجل تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، تقوم على أساس الإستهداف الكلي للجمهور، خصوصا الشباب المثقف، وذلك من خلال إقامة فعاليات الجامعة الصيفية، وتمكين الأفراد من الإنخراط في الحزب يعتمد الحزب على اللغات العربية الفصحى والأمازيغية واللغة الفرنسية باعتبار المجتمع القبائلي، يتقن ويفهم هذه اللغات الثلاث ، وحزب الأفافاس لا يعتمد على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية لإقناع بالمشاركة السياسية ، يعاني الأفافاس من معوقات إتصالية، لتطبيق برامج العلاقات العامة من بينها صعوبة الحصول على التراخيص لعقد إجتماعات وملتقيات ومحاضرات، كما أن أغلب مبادراته تتعرض للسطو من أحزاب أخرى، بالإضافة إلى عدم إعطاء هذا الحزب لحقه في التغطية الإعلامية .

3- مقابلة مع عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو، السيد مولبوسي شريف .

س1: ما هي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

ج1: تعد العلاقات العامة لحزب الأفافاس الركيزة الرئيسية، للقيام بمختلف النشاطات وإعداد البرامج كونها تعمل على إيجاد أرضية سياسية توافقية ، مع كامل الفعاليات في المجتمع .

س2: ما هي الأهداف التي يسعى الأفافاس إلى تحقيقها من خلال مكتب العلاقات العامة ؟

ج2: يعد حزب الأفافاس أول حزب معارض، وهو حزب ولد من رحم المعاناة والألم خاصة بعد الإستقلال، أين كان هناك صراع حول كرسي السلطة، وحزبنا يعمل على نشر مبادئ الديمقراطية والعدالة والأخوة، وإحترام الرأي الآخر كما يعمل على الوصول للسلطة

س3: ما هي البرامج والأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة، في حزب القوى الاشتراكية ؟

ج3: تتمثل في عقد إجتماعات وملتقيات، ونشر مختلف الحزب ومواقفه، كما يعمل الحزب على إستضافة أهم الشخصيات المؤثرة في المجال السياسي، وتنظيم إحتفاليات عيد الإستقلال يوم المجاهد، وذكرى تأسيس حزب الأفافاس .

س4: ما هي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة، لتحفيز الشباب على المشاركة؟

ج4: يعتمد حزب الأفافاس على الملتقيات و الإجتماعات والتلفزيون والإذاعة ومواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك)، والهاتف والمحاضر والبرقيات و النشريات

ومجلة الحزب " Libre ALgerie " والمقابلات الشخصية والملصقات .¹

1- مقابلة مع السيد: شريف مولبوسي، عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية، بمقر الحزب الولائي بتيزي وزو، يوم 2ماي، الساعة: 14:00

س5: كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم ، في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

ج5: يتم ذلك عن طريق تنظيم فعاليات الجامعة الصيفية ، التي تهدف إلى إستقطاب مختلف الشرائح المجتمع، لاسيما الطلبة الجامعيين ، والعمل على الإستعانة بخبراء في علم النفس والإجتماع ، بهدف تعبئة الشباب ونشر الوعي السياسي عندهم ، كما يتيح حزب الأفافاس لأعضائه ، في التعبير عن رأيهم بكل حرية ، وتقديم الإقتراحات المناسبة.

س6: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية ، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

ج6: لا يعتمد حزب جبهة القوى الإشتراكية على التظاهرات الرياضية والإجتماعية ، ولكنه أنشأ جمعيات مثل : **جمعية إذلاس ، جمعية حقوق الإنسان ، جمعية راج**

س7: ما هي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس، عند إتصاله ومواجهته للشباب بهدف دفعه للمشاركة السياسية ؟

ج7: يعتمد حزب الأفافاس على اللغات التالية: اللغة الأمازيغية بإعتبارها اللغة التي يتكلم فيها أغلب السكان خصوصا في القرى و المداشر، إلى جانب اللغة الفرنسية، بإعتبارها لغة يتكلم بها أغلب الأشخاص المسنين، بالإضافة إلى اللغة العربية الفصحى .

س8: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزب الأفافاس، لتطبيق برامج العلاقات العامة؟

ج8 : تتمثل هذه المعوقات الإتصالية ، بعدم وجود إتصال سياسي بين حزبنا والسلطة¹

1- مقابلة مع السيد: شريف مولبوسي، عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية ، نفس المرجع السابق

وذلك عن طريق عدم منح التراخيص ، لعقد ملتقيات وندوات ، بالإضافة إلى عدم إعطاء لحزب الأفافاس ، فضاء واسعاً ورحباً، في وسائل الإعلام المختلفة ، لكون هذا الحزب معارض للسلطة العليا في البلاد ، على عكس أحزاب الموالاتة ، التي تلقى كامل الدعم الحكومي والإعلامي¹

التعليق على المقابلة الثالثة :

من خلال المقابلة الثالثة ، مع عضو المكتب الولائي بحزب الأفافاس بتيزي وزو "مولبوسي شريف" يتضح لنا المكانة العالية ، التي تحظى بها العلاقات العامة ، في هذا الحزب ، بإعتبارها الركن الركين ، لنشاطات هذا الحزب ، من أجل إيجاد إجماع توافقي مع كامل شرائح المجتمع.

يهدف حزب الأفافاس ، من خلال العلاقات العامة ، إلى نشر مبادئ العدالة والديمقراطية والسلام والأخوة ، باعتبار هذا الحزب أول معارض بعد الإستقلال ، والذي ولد من رحم الآلام والمعاناة .

لهذا الحزب برامج ونشاطات متعلقة بالعلاقات العامة مثل : توجيه الدعوات إلى أهم الشخصيات المؤثرة والفاعلة في المجتمع ، وتنظيم إحتفاليات مثل: عيد الإستقلال ، ويوم المجاهد ، وذكرى تأسيس هذا الحزب لكي يعمل الحزب ، على التعريف بنفسه لكسب قاعدة جماهيرية كبيرة ، يعمل على إستخدام شتى الوسائل الإتصالية ، المتمثلة في الملتقيات والإجتماعات ، والمحاضرات ، والتلفزيون والإذاعة والفيس بوك ، ومجلة الحزب والملصقات .

وللعلاقات العامة ، دور كبير في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري ، من خلال تنظيم فعاليات الجامعة الصيفية ، لإستقطاب مختلف الأفراد من أجل تنشئهم سياسياً ، كما يعمل الحزب على الإستعانة بالمختصين ، في علم النفس وعلم الإجتماع ، بهدف إستمالة الشباب ونشر الوعي.

1- مقابلة مع السيد: شريف مولبوسي ، نفس المرجع السابق

يعد حزب الأفافاس من الأحزاب النادرة، التي لا تعتمد على التظاهرات الرياضية والإجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية، لأن هذا الحزب هو نشر مبادئه، دون إستغلال هذه التظاهرات، لجني مكاسب سياسية، لكن هذا الحزب أنشأ جمعيات، مثل: **جمعية أراج ، جمعية حقوق الإنسان ، وجمعية إنلاس .**

من أجل تحقيق التواصل الجيد والتفاهم المتبادل، يستخدم الحزب في نشر و بث المعلومات باللغة الأمازيغية، إلى جانب اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى، اللغة الأمازيغية باعتبارها لغة الأم، التي يتكلم بها أغلب سكان المداشر، إلى جانب اللغة الفرنسية التي يتقنها المسنون ، واللغة العربية الفصحى، التي يتقنها الشباب .

ورغم الجهود المبذولة من طرف الحزب ، من أجل تحقيق المبادئ السامية، وتشجيع المشاركة السياسية، إلا أنه يواجه معوقات إتصالية، لتطبيق العلاقات العامة، وتتمثل هذه المعوقات ، في عدم وجود إتصال بين السلطة العليا السياسية، وهذا الحزب إلى جانب عدم منح تراخيص

لعقد ملتقيات واجتماعات، إضافة إلى عدم نيل هذا الحزب حقه من التغطية الإعلامية مقارنة بأحزاب السلطة.

4-مقابلة مع مناضل حزب جبهة القوى الاشتراكية،بذراع بن خدة ،ملاح إبراهيم

س1: ما هي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

ج1: تحتل العلاقات العامة في حزب جبهة القوى الاشتراكية مكانة كبيرة ، لأنها تمثل السبيل الأساسي للإحتكاك والنقاش ، مع كامل فعاليات المجتمع ، وكونها تتيح تطبيق مختلف نشاطات وبرامج الحزب.

س2: ما هي الأهداف التي يسعى إليها حزبكم ، من خلال مكتب العلاقات العامة ؟

ج2: تتمثل أهداف حزب الأفافاس، من خلال مكتب العلاقات العامة في بناء دولة ديمقراطية إجتماعية ، حقوقية والعمل على ضمان العيش الكريم للمواطن ، وطرح الأفكار والمبادرات السياسية المناسبة وتكييفها مع المجتمع ، بالإضافة إلى العمل للوصول إلى السلطة.

س3: ماهي الأنشطة والبرامج المتعلقة بالعلاقات العامة في حزب الأفافاس ؟

ج3: تتمثل هذه النشاطات في إقامة ملتقيات وندوات، ونشر مختلف آراء الحزب ومواقفه مثلا مواقفه حول الحراك الشعبي ، وكل ما يتعلق بالشأن السياسي العام بالجزائر، وفي الصعيد الإقليمي والقاري والعالمي ، بالإضافة إلى إقامة معارض للصور والمحاضرات حول تاريخ الحزب العريق ، ونضاله المستمر من أجل تأسيس دولة جزائرية قوية.

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة بحزبكم لتحفيز وحث الشباب على المشاركة السياسية ؟ 1

ج4: تتمثل هذه الرسائل الإتصالية ، في التلفزيون ،الإذاعة ، الإجتماعات الملتقيات، الندوات والوسائل الإلكترونية ، مثل: موقع الحزب الرسمي ، و صفحة الحزب في موقع الفيس بوك و المقابلات الشخصية مع المواطنين ، والملصقات ، والتقارير والمحاضر، البرقيات البيانات الصادرة من الحزب .

س5: كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

ج5: يكون ذلك من خلال النزول إلى الميدان ، والإستماع لإنشغالات الشباب ، ومشاكلهم والعمل على إيجاد حلول لها ، أو نقلها إلى السلطات المحلية ، كما تكون هناك نقاشات وحوارات في فضاءات مفتوحة ، كالملاعب أو مغلقة مثل: القاعات

س6: كيف يتم التنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ج6: يتم ذلك من خلال إمداد الأعضاء المنتمين للحزب ، بكافة المعلومات التي ينبغي إيصالها للجمهور، وكذا تحسيس المواطنين بحزب جبهة القوى الإشتراكية ، بإعتباره حزبا معارضا يقف إلى جانب المواطنين و المهمشين .

س7: كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية لحزبكم السياسي لدى الشباب الجزائري ؟

ج7: ويكون ذلك من خلال إبراز مبادئ الحزب الأساسية، كونه حزب ديمقراطي ، يتيح مبدأ التعبير عن الرأي بكل شفافية ، في إطار الديمقراطية التشاركية ، والتذكير بنضالات حسين أيت أحمد بإعتباره مؤسس الحزب، الأفافاس ، وكونه أول حزب معارض بعد الإستقلال

س8: هل لديكم إستراتيجية إتصالية معدة خصيصا لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟¹

1- مقابلة مع السيد: إبراهيم ملاح ، مناضل بحزب جبهة القوى الإشتراكية ، نفس المرجع السابق

ج8: تقوم الإستراتيجية الإتصالية لحزب الأفافاس ، على أساس إختيار الأشخاص الأكفاء مشهود لهم بالجدية ، والإستعداد لتحمل المسؤولية ، حتى يعملوا على إيصال أفكار الحزب ومبادئه إلى أكبر جمهور، وبإستخدام وسائل الإعلام التي تحدث تأثير وفعالية أكبر لدى الجمهور المستهدف .

س9: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

ج9: يعتمد حزب الافافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية بهدف إستقطاب الشباب للحزب .

س10: ما هي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس عند إتصاله ومواجهته للشباب، بهدف دفعه للمشاركة السياسية ؟

ج10: تتمثل اللغات المستخدمة في حزب الأفافاس في اللغات:العربية الفصحى ، الفرنسية الأمازيغية .

س11: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزب الأفافاس لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

ج11:تتمثل هذه المعوقات في صعوبة الحصول على تراخيص أو التماطل في إعطائها لحزب الأفافاس ، لعقد ملتقيات وندوات، كما أن هناك معوقات في الإتصال مع أحزاب أخرى ، بالإضافة إلى الخلافات السياسية معهم،عدم إعطاء حيز كبير لحزب الأفافاس من الوقت في وسائل الإعلام المختلفة،باعتبار هذا الحزب معارض للسلطة العليا في البلاد .¹

1- مقابلة مع السيد: إبراهيم ملاح ، نفس المرجع السابق

التعليق على المقابلة الرابعة :

من خلال هذه المقابلة مع مناضل حزب الأفافاس "ملاح إبراهيم" يظهر أن العلاقات العامة تحتل مركزا مرموقا ، لأنها تمثل السبيل الوحيد للتفاعل و الإحتكاك ، مع كامل شرائح المجتمع .

فعن طريق العلاقات العامة ، يسعى هذا الحزب إلى بناء دولة ديمقراطية ، قوامها إحترام الرأي الآخر وإقامة دولة القانون ،والعمل على تكريس مبدأ العيش الكريم للمواطن بالإضافة إلى العمل للوصول إلى السلطة .

لتحقيق هذه الأهداف هناك برامج ونشاطات مسطرة متعلقة بالعلاقات العامة،وتتمثل هذه النشاطات في إقامة الملتقيات والندوات،ونشر مختلف أفكار الحزب ومواقفه،سواء على الصعيد الوطني أو الإقليمي أو العالمي،بالإضافة إلى إقامة معارض للصور،تمثل تاريخ الحزب الكبير،ونضاله من أجل دولة حرة ديمقراطية إجتماعية .

ولكي يكون لهذا الحزب قاعدة شعبية كبيرة،فإنه يعمل على الإستعانة بالوسائل الإتصالية الهامة مثل: التلفزيون ، الإذاعة ، الملتقيات والوسائل التكنولوجية مثل:صفحة الحزب في موقع الفيس بوك ، المقابلات والمواجهات الميدانية مع المواطنين ، والتقارير والمحاضر والنشريات والبرقيات .

تساهم العلاقات العامة في نشر الوعي السياسي ، لدى الشباب الجزائري،من خلال النزول إلى الميدان والإستماع لإنشغالات المواطنين ومشاكلهم،ونقلها إلى السلطات المحلية،كما أن هناك نقاشات مفتوحة أو مغلقة،سواء في الملاعب أو القاعات .

هناك تنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي،عند تطبيق برامج العلاقات العامة من خلال إمداد الأعضاء المنتمين إلى الحزب بكافة المعلومات ، الواجب إيصالها نحو الجمهور، وكذا القيام بعمليات تحسيسية للمواطنين،حول هذا الحزب بإعتباره حزبا معارضا يقف إلى جانب المهمشين من الأفراد ،ومن إيجابيات العلاقات العامة العمل على تكوين صورة حسنة للحزب لدى المواطنين،من خلال إبراز مبادئ هذا الحزب،كونه حزب متفتح

على كامل الأراء، والتذكير بأمجاد الزعيم التاريخي للحزب "حسين أيت أحمد" كونه أول رجل سياسي معارض عند إنشائه للحزب.

تقوم الإستراتيجية الإتصالية للحزب، من أجل تفعيل المشاركة السياسية، على إختيار أشخاص أكفاء ذو مستوى علمي كبير، لتحمل المسؤولية من أجل إيصال أفكار الحزب ومبادئه إلى الجمهور، وإستخدام وسائل إتصالية ذات تأثير وفعالية أكبر.

ومن بين إستراتيجيات الحزب، الإعتماد على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية لإستقطاب أعضاء جدد إليه .

و لتحقيق التواصل الفعال والجيد، يستخدم الحزب عند إتصاله ومواجهته للشباب، اللغة العربية الفصحى ، واللغة الفرنسية ، واللغة الأمازيغية .

بالرغم من المكانة الشعبية التي يتمتع بها حزب الأفافاس، إلا أنه يتعرض للتهميش من قبل السلطات العليا، وتتمثل هذه المعوقات الإتصالية، في عدم الحصول على التراخيص أو المماثلة لعقد إجتماعات وندوات، بالإضافة إلى عدم وجود إجماع ورأي توافقي بين الأحزاب الأخرى، إضافة إلى التهميش المنهج من طرف وسائل الإعلام .

5-مقابلة مع مناضل حزب جبهة القوى الاشتراكية " كمال علو " .

س1: ماهي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

ج1: إن حزب جبهة القوى الاشتراكية ، يعطي أهمية كبيرة للعلاقات العامة من خلال الوسائل المناسبة،التي تساعد في نشر الأفكار والمبادرات السياسية،من خلال فضاءات ومواقع النقاش .

س2: ماهي الأهداف التي يسعى إليها حزبكم ، من خلال مكتب العلاقات العامة ؟

ج2: من أهداف حزب الأفافاس،هو نشر أفكار الحزب والعمل على إستقطاب مناضلين متعاطفين ومساندين للحزب،وكذا إنشاء قاعدة قوية للحزب،والعمل على إستثمار إرث الرحيل "حسين أيت أحمد" ، والعمل للوصول إلى كامل شرائح المجتمع،لاسيما النخبة على سبيل المثال،الطلبة الجامعيين .

س3:ماهي الأنشطة والبرامج المتعلقة بالعلاقات العامة،في حزبكم السياسي ؟

ج3:من بين الأنشطة والبرامج المتعلقة بالعلاقات العامة،في حزب الأفافاس،تنظيم ملتقيات وندوات ومحاضرات،وكذا الجامعة الصيفية، وكذا نشاطات خاصة بالمقاهي الأدبية بالتنسيق مع جمعيات ناشطة مثل "جمعية راج" وكذا لاحتكاك بالمواطنين وسماع انشغالاتهم .

والدخول في مناقشات سياسية حول الأوضاع السياسية الراهنة .

س4:ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة،لتحفيز و حث الشباب على

المشاركة السياسية ؟ 1

ج4: تتمثل هذه الوسائل الإتصالية ، في الملتصقات ، النشريات ، البرقيات ، المحاضر التلفزيون الإذاعة ، مجلة الحزب الفصلية (Libre Algerie) الملتقيات، المحاضرات، الندوات المؤتمرات ، مواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك)، الجامعة الصيفية، الهاتف الفاكس ، اللافتات ، الأبواب المفتوحة .

س5: كيف يتم التنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي ، عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ج5: يتم ذلك ، من خلال فروع الحزب الموجودة ، في كل منطقة من مناطق تيزي وزو حيث تعمل فروع الحزب ، على استقطاب الشباب إلى الحزب ، والعمل على إمداده بالمعلومات السياسية ، كما تتكفل تلك الفروع ، بإنخراط المواطنين في الحزب.

وكذا العمل إلى الإستماع لإنشغالات المواطنين ، والفئات المهمشة ، والدفاع عن مصالحهم في إطار الديمقراطية التشاركية

س6: كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية لحزبكم السياسي لدى الشباب الجزائري ؟

ج6: إن حزب الأفافاس حزب مدافع عن المهشمين ، ويدافع عن الحرية والديمقراطية كما يمثل مدرسة الرحيل "**حسين أيت أحمد**" كما أن الناخبين والنواب لهم أمانة ، ومصداقية ومحل قدوة ومثال ، كما أن هذا الحزب معارض للسلطة بعد الإستقلال ، وهو ما جعل هذا الحزب يكتسب سمعة جيدة وإيجابية في نفوس المواطنين .

س7: هل لديكم إستراتيجية إتصالية معدة خصيصا لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟¹

1- مقابلة مع السيد: كمال علو، مناضل بحزب جبهة القوى الإشتراكية ، نفس المرجع السابق

ج7: تتمثل إستراتيجية حزب الأفافاس في القيام بحملات تحسيسية ، تستهدف مختلف شرائح المجتمع، لاسيما الطلبة الجامعيين ، وكذا العمل على نشر الوعي والإلتزام السياسي ، وكذا العمل لتنظيم أشغال الجامعة الصيفية ، من أجل إستقطاب الأفراد والعمل على تنشئتهم سياسيا ليكونوا أفراد قادرين ، على تحمل المهام والمسؤوليات، بالإضافة إلى إقامة معارض تعمل على التعريف بتاريخ الحزب ، وكذا التنسيق مع الجمعيات ، للقيام بمختلف النشاطات والفعاليات السياسية.

س8: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

ج8: لا يعتمد الحزب على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية .

س9: ماهي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس عند الإتصال ومواجهة الشباب بهدف دفعه السياسية ؟

ج9: يعتمد حزب الأفافاس على اللغة العربية الفصحى والفرنسية و الأمازيغية

س10: ما هي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزبكم لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

ج10: تتمثل هذه المعوقات، في صعوبة الحصول على التراخيص لإقامة الندوات والمحاضرات من السلطات المحلية ، كما أن هناك مشاكل مع أحزاب الموالاتة التي لا تعمل على قبول رأي الآخر ، بالإضافة إلى إحتكار أحزاب الموالاتة لوسائل الإعلام ، على عكس حزب الأفافاس المعارض، كما أن هناك أشخاص مبعوثون من أحزاب أخرى ، تعمل على إثارة الفوضى والتشويش ، على أعضاء حزب الأفافاس.¹

1- مقابلة مع السيد: كمال علو ، نفس المرجع السابق

التعليق على المقابلة الخامسة :

يتبين لنا من خلال المقابلة مع مناضل حزب الأفافاس "كمال علو" أن العلاقات العامة تحتل حيزا في أنشطة وبرامج هذا الحزب، بإعتبارها تساهم في فتح النقاش وتنمية المبادرات السياسية.

فمن خلال العلاقات العامة، يهدف الحزب إلى نشر أفكاره ، والعمل على إستقطاب متعاطفين مع الحزب ، والعمل على إستثمار تاريخ الرحيل "حسين أيت أحمد" النضالي والسياسي الكبير.

فمن بين نشاطات وبرامج العلاقات العامة بهذا الحزب، نجد أنه يعمل على تنظيم ملتقيات وندوات، وكذا إقامة فعاليات الجامعة الصيفية ، بالإضافة إلى التنسيق مع الجمعيات الناشطة مثل : جمعية راج ، والدخول في نقاشات سياسية حول الأوضاع الراهنة .

يستخدم حزب جبهة القوى الإشتراكية وسائل إتصالية مختلفة، لتحفيز الشباب على المشاركة السياسية وتتمثل في عقد الملتقيات والمحاضرات، والإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعي وإستخدام الفاكس والهاتف والأبواب المفتوحة .

ولهذا الحزب تنظيم وتنسيق بين أعضائه وجمهوره الخارجي، عند تطبيق برامج العلاقات العامة، يتم ذلك من خلال وجود فروع الحزب التي تعمل على جذب الشباب إلى الحزب والعمل على إمداده بكافة المعلومات السياسية، وكذا العمل على الدفاع عن المحرمين في المجتمع .

إن هذا الحزب هو مثال يحتذى به في الدفاع عن العدالة والحرية، كما يمثل صرحا عاليا وإرثا لا يندثر للرحيل "حسين أيت أحمد" ، مما يجعل الحزب هذا يعمل على تقديم صورة حسنة لجماهيره .

تتمحور إستراتيجية الإتصال في حزب الأفافاس، في القيام بحملات تحسيسية ، تستهدف مختلف الشرائح، لاسيما فئة الطلبة الجامعيين، وكذا تنظيم أشغال الجامعة الصيفية من أجل

تنشئة الأفراد سياسيا ليكونوا أفرادا قادرين على تحمل المسؤوليات الموكلة إليهم،بالإضافة إلى التنسيق مع الجمعيات وحزب الأفافاس،ولا يعتمد على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية وهو ليس حزب مناسبات،من أجل إقناع الشباب بالمشاركة السياسية .

من أجل التواصل المثمر والمفتوح،يستخدم حزب الأفافاس،اللغة العربية الفصحى والفرنسية و الأمازيغية عند مواجهة للشباب،من أجل إستمالتهم للمشاركة السياسية .

ورغم الجهود المبذولة من طرف حزب الأفافاس ونشاطاته الدائمة،إلا أنه يواجه معوقات إتصالية ، تحد من تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري،وتتمثل هذه المعوقات في صعوبة الحصول على تراخيص لعقد الندوات والمحاضرات من السلطات المحلية،كما أن هناك خلافات مع أحزاب السلطة،وسياسة التعتيم الإعلامي،لنشاطات الحزب على عكس أحزاب الموالاتة، بإعتبار حزب الأفافاس حزب معارض للسلطة .

8- عرض نتائج الدراسة:

تتمثل نتائج هذه الدراسة ، في النتائج الجزئية و النتائج العامة

1- عرض النتائج الجزئية للدراسة:

1-أغلبية المبحوثين يهتمون بالسياسة أحيانا بنسبة تقدر بـ 58%، وهي أعلى نسبة ، و يعود ذلك إلى الوضع السياسي المظلم في البلاد، مقابل نسبة 31% للمتابعين للسياسة، بغرض متابعة الأحداث السياسية و تجديد المعلومات السياسية

2-أغلبية المبحوثين أكدوا بأن مدلول المشاركة السياسية ، معناه مناقشة القضايا السياسية بنسبة تقدر بـ 34.05%، وهذا يدل على إهتمام المبحوثين ، خاصة قضية الحراك الشعبي والمطالبة برحيل النظام

3-أغلبية المبحوثين أكدوا بأن مستوى المشاركة السياسية ، لدى الشباب ضعيفة بنسبة تقدر بـ 47% نتيجة عدم الثقة بالمسؤولين السياسيين في البلاد ، وعدم وجود إرادة سياسية في التغيير.

4-أغلبية المبحوثين أكدوا بأن غياب الوعي السياسي ، من أسباب عدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية ، بنسبة تقدر بـ 40% ، وهذا نتيجة ضعف مؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية من خلال أدوارها المنوطة بها.

5-أغلبية المبحوثين ، أكدوا بأن حزب جبهة القوى الإشتراكية يعتمد على جميع اللغات بنسبة تقدر بـ 33.33% عند الإتصال ومواجهة الشباب ، و هذا يعود إلى مراعاة المستوى الثقافي لجميع فئات الشباب ، وعدم الإعتماد على لغة دون أخرى ، بهدف إكتساب الحزب لقاعدة جماهيرية كبيرة

6-أغلبية المبحوثين، أكدوا بأن أهم وظيفة للعلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية هي التثقيف تزويد الشباب بالمعلومات حول برامج الحزب، بنسبة تقدر بـ 30.53%، حيث

أن إعطاء المعلومات حول برامج الحزب، يساهم في التعريف به أكثر لدى الشباب الجزائري

7-أغلبية المبحوثين أكدوا بأن برامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية مؤقتة بنسبة تقدر بـ 48%، لكون برامج الحزب وأنشطته، لا تكون إلا في فترات الإنتخابات المحلية أو الرئاسية، أي أنها ليست دائمة و مستمرة

8-أغلبية المبحوثين أكدوا بأن التخطيط لبرامج العلاقات العامة ، بحزب جبهة القوى الاشتراكية مهم، بنسبة تقدر بـ 74%، لكون التخطيط السبيل الوحيد، لنجاح برامج العلاقات العامة بهذا الحزب

9-أغلبية المبحوثين، أكدوا بأن المصدر الأساسي للحصول على المعلومات السياسية هي الأنترنت، بنسبة تقدر بـ 40.34% ، لكون الشباب أكثر إستخداما لهذه الوسيلة الحديثة لأنها تمتاز بسرعة و سهولة الإستخدام، و تحتوي على كم هائل من المعلومات

10-أغلبية المبحوثين يمتلكون بطاقة الإنتخاب، بنسبة تقدر بـ 53% ، وهذا يدل على وعيهم السياسي ، ومدى إلتزامهم بالقضايا الوطنية ، وبأهمية المشاركة السياسية

11-أغلبية المبحوثين أكدوا بأنهم لم يحضروا لفعاليات الجامعة الصيفية بنسبة تقدر بـ 84%، وهذا يدل بأنهم غير منخرطين في الحزب السياسي، وغير مهتمين بالسياسة، مقابل نسبة 16%، ممن حضروا فعاليات الجامعة الصيفية لحزب معين، من أجل إكتساب المعلومات و التنشئة السياسية

12-أغلبية الذكور، أكدوا بأن إستراتيجية الإتصال الخاصة بالعلاقات العامة، بحزب جبهة القوى الاشتراكية غير منظمة، بنسبة تقدر بـ 78.12% مقابل نسبة 21.87% لدى الإناث وهذه النسبة العالية، تدل بأن عدم وجود تنسيق و تنظيم بين مسؤولي الحزب ، لوضع هذه الإستراتيجية

13-أغلبية الذكور، ينفون إعتقاد حزب جبهة القوى الإشتراكية ، على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية،بنسبة تقدر بـ 57.14%،لأنه في أدبيات السياسة لا مجال للمعاطف والأحاسيس .

14-أغلبية الذكور، أكدوا مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في دفعهم نحو الانتخاب،بنسبة تقدر بـ 79.54%،مقابل نسبة20.45% لدى الإناث، وهذه النسبة العالية لدى الذكور، تدل على الجهود الكبيرة التي يقوم بها الحزب، في سبيل تعزيز المشاركة السياسية في الانتخابات،أما أغلبية الفئة الجامعية ، تؤكد بنسبة 65.90%،بأن العلاقات العامة بهذا الحزب ، قد ساهمت في دفعهم نحو الإنتخاب،وهذا يدل على كون هذه الفئة، منخرطة في هذا الحزب

15-أغلبية الذكور، أكدوا بأن مكتب العلاقات العامة ، بحزب جبهة القوى الإشتراكية،قام بإمدادهم بالمعلومات السياسية ، بنسبة تقدر بـ 77.35% ،مقابل نسبة 22.64% لدى الإناث ، وهذا يدل على مدى اهتمام الذكور، بالشأن السياسي العام ي البلاد

16-تؤكد الفئة العمرية الأولى، من 18سنة إلى 23 سنة،بأن التثقيف و نشر المعلومات من أهم أدوار القائم بالاتصال ، بحزب الافافاس،للتأثير على الوعي السياسي للشباب الجزائري بنسبة تقدر بـ54.16%،مقابل نسبة 33.33%، و12.5% لدى الفئتين العمريتين الثانية و الثالثة،تدل تلك النسبة العالية ،على أهمية تنشئة الأفراد سياسيا وإعدادهم و تكوينهم .

17-أغلبية الذكور، أكدوا نجاعة الوسائل الاتصالية،بحزب جبهة القوى الإشتراكية،بإقناع الشباب بالمشاركة السياسية، تقدر بـ 62.29%،مقابل نسبة 37.70% لدى الإناثوتلك النسبة العالية لدي الذكور،تدل على فعالية نشاط الحزب،من خلال استخدام كافة الوسائل الاتصالية

18- أغلبية الفئة ذات المستوى الجامعي أكدت، بأن مستوى الإستخدام لتقنيات الإتصال بحزب جبهة القوى الإشتراكية ، ذات مستوى ضعيف بنسبة تقدر بـ 86.66%، وهذه

النسبة تدل على عدم مختصين بالإتصال، في هذا الحزب مقابل نسبة 6.66%، لدى الفئة ذات المستويات المتوسط و المستويات الثانوية، و 0% لدى المستويات الابتدائية

19- أغلبية الذكور، أكدوا بأن من أسباب أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب الأفافاس، بإعتباره العنصر الأساسي لنجاح العلاقات العامة بهذا الحزب ، بنسبة تقدر ب 71.42%، مقابل نسبة 28.57% لدى الإناث ، وهذه النسبة العالية لدى الذكور تعكس بأن التخطيط هو أساس نجاح برامج و أنشطة الحزب

1- عرض النتائج العامة للدراسة:

1- تساهم العلاقات العامة بالمكتب الولائي ، لحزب جبهة القوى الإشتراكية، من خلال فتح كافة أشكال و أبواب النقاش و الحوار، لشباب ولاية تيزي وزو، بهدف دفعه للمشاركة السياسية

2- تساهم الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة ، بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية، في تفعيل المشاركة السياسية لدى شباب ولاية تيزي وزو، من خلال التثقيف و تكوين الإتجاهات و الإستماع لإنشغالات الشباب، و العمل على حلها

3- تقوم العلاقات العامة بهذا الحزب، على إستخدام جميع تقنيات الإتصال المختلفة المكتوبة و السمعية والبصرية و التكنولوجية، من أجل نشر الوعي السياسي ، لدى شباب ولاية تيزي وزو، من أجل دفعه للمشاركة السياسية

4- تعد العلاقات العامة بهذا الحزب همزة وصل، بين أعضاء الحزب و الشباب، كونهم يعملون على نقل انشغالات الشباب ، إلى السلطات الرسمية للبلاد .

5- إن الذكور هم الأكثر إهتماما بالشأن السياسي العام، والأكثر مشاركة في الأنشطة و الفعاليات السياسية ، التي يقوم بها حزب جبهة القوى الإشتراكية

6- هدف العلاقات العامة من خلال المكتب الولائي لحزب الافافاس، هو بناء الدعم و المساندة من طرف شباب ولاية تيزي وزو، بواسطة أنشطة و برامج العلاقات العامة

- 7- يعتمد مسؤولو هذا الحزب، على جميع اللغات مثل: العربية العامية و الفرنسية والعربية والفصحى والأمازيغية، من خلال إحتكاكهم وإتصالهم مع شباب ولاية تيزي وزو، بغرض تقديم المعلومات و تكوين الإتجاهات السياسية
- 8- إن وظائف العلاقات العامة من تخطيط و تنظيم و توجيه و تنسيق و رقابة، هي معيار نجاح برامج و أنشطة الحزب، ودفع الشباب نحو المشاركة السياسية، وجعله عضوا وفردا سياسيا فاعلا في المجتمع
- 9- لا تحظ العلاقات العامة ، بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية ، بولاية تيزي وزو، بالإهتمام الكبير من طرف هذا مسؤولي الحزب
- 10- إن وظائف التخطيط والتنظيم والتنسيق والتوجيه والرقابة، لنشاطات العلاقات العامة تحتاج إلى الجهد والتحسين، حتى تلقى برامج ونشاطات هذا الحزب ، بالقبول لدى الشباب تجعله عضوا فاعلا محركا للمشهد السياسي.
- 11- تسعى العلاقات العامة بالمكتب الولائي ، بحزب جبهة القوى الإشتراكية، إلى تحسين صورته تجاه الشباب ولاية تيزي وزو، من أجل تفعيل المشاركة السياسية لديه، وما يعاب على هذا الحزب ، عدم كفاءة و فعالية الأنشطة و البرامج، وتطابقها مع آراء وإتجاهات الشباب الجزائري
- 12- أغلب نشاطات العلاقات العامة ، بالمكتب الولائي للحزب، هي نشاطات مؤقتة ، أي خلال الإستحقاقات الإنتخابية فقط.
- 13- بالرغم من أن المكتب الولائي لحزب الأفافاس، لديه القائم بالإعلام و الإتصال ، إلا أنه بعيد كل البعد عن جهاز العلاقات العامة، لكن هذا لا يعن الإهمال المطلق للعلاقات العامة في هذا الحزب ، بل راجع لنقص المختصين في هذا المجال، وعدم وعي المسؤولين بدور العلاقات العامة
- 14- إن ضعف الخطاب السياسي، لمكتب حزب الأفافاس، وعدم إهتمامه بقضايا، وتطلعات الشباب و مشاكله، يضعف من ثقتهم ، ويرسم صورة غير مرغوبة عن الحزب لديهم.

15- إن ضعف الممارسة الديمقراطية داخل المكتب الولائي للحزب، تؤثر سلبا على فعاليته سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، فالحياة الداخلية للحزب مهمة جدا في بناء صورة و سمعة الحزب، فبناء علاقات داخلية، يقتضي مستوى مقبول من الممارسة الديمقراطية

16- يواجه المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشتراكية، معوقات بيروقراطية لتطبيق برامج العلاقات العامة، وهذه المعوقات تتمثل في المعوقات الإدارية ، من خلال تماطل السلطات المحلية أو العليا بالبلاد ، في إعطاء تراخيص لعقد الملتقيات والإجتماعات ، وكذا عدم إعطاء الحيز الزمني الكافي في وسائل الإعلام، كونه حزب معارض للسلطة بالإضافة إلى الخلافات الداخلية بين أعضائه.

خلاصة عامة:

من خلال هذه الدراسة ، توصلنا إلى الدور الهام والكبير، الذي تقوم به العلاقات العامة من طرف الأحزاب السياسية ، من أجل تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، وذلك من خلال النشاطات والفعاليات ، التي يقوم بها حزب جبهة القوى الإشتراكية ، المتمثلة في تقديم المعلومات السياسية شباب ولاية تيزي وزو، والعمل على تكوين الإتجاهات السياسية وإقامة الندوات و الملتقيات، وإبراز مواقفه المختلفة ، تجاه مختلف القضايا الوطنية و الدولية والإستماع لمشاكل الشباب ، وإنشغالهم و العمل على حلها ، من أجل تحقيق الفهم المشترك بين مسؤولي هذا الحزب والشباب ، من أجل تنشئتهم سياسيا ، ليكونوا أعضاء فاعلين في المجتمع ، لديهم حس المواطنة و الإلتزام السياسي تجاه مختلف القضايا السياسية مما يؤدي إلى رقي و تنمية المجتمع.

خاصة وأن العلاقات العامة ، ووظيفة إدارية ، تسعى إلى تغيير نمط الإدارة السائد من النمطية إلى الروتينية في العمل ، إلى إدارة تسعى إلى التطور و مواكبة الإدارة المعاصرة والإستمرارية ، والبحث عن أفضل المستويات ، و هذا الحزب يستخدم وسائل إتصالية متنوعة و مناسبة وفق إستراتيجية مخطط لها و معدة مسبقا ، من أجل تكوين صورة إيجابية لهذا الحزب لدى الشباب ، يعكس ولائهم و ثقتهم بهذا الحزب ، من أجل تشجيعهم على المشاركة السياسية ، من خلال وظائف العلاقات العامة المتمثلة في إمدادهم بالمعلومات السياسية و التنسيق بين مسؤولي هذا الحزب و الشباب ، وإقامة تظاهرات و فعاليات سياسية لإستقطاب الأعضاء الجدد إلى صفوف حزب الأفافاس ، و تقديم مبادرات سياسية وحلول لمشاكل الشباب المتنوعة ، و العمل على إيصال مطالبهم إلى السلطات العليا في البلاد ، بغرض تنمية الوعي السياسي من أجل المشاركة السياسية .

بالرغم من الجهود المبذولة من طرف حزب جبهة القوى الإشتراكية ، إلا أن هناك نقائص ينبغي على مسؤولي هذا الحزب العمل على تقويمها ، وضرورة تكثيف إستخدام الوسائل الإتصالية ، والإهتمام بتكوين أعضاء هذا الحزب ، تكوينا عاليا يكون في المستوى.

ومن بين توصيات وإقتراحات الدراسة:

- 1- ضرورة تنصيب أفراد أكفاء ومؤهلين ، متحكمين بمهارات الإتصال
- 2- ضرورة الإرتقاء بالخطاب السياسي ، من طرف مسؤولي هذا الحزب، وجعله في مستوى تطلعات و آمال الشباب
- 3- ضرورة تكثيف الأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة ، ويجب أن تكون بصفة دائمة ومستمرة
- 4- ضرورة توفير الإمكانيات المالية اللازمة لتعزيز الإتصال و التنوع ، في الوسائل وتقديم كافة التحفيزات لأعضاء هذا الحزب ، حتى يكون الأداء في المستوى.
- 5- الإهتمام بالبحث العلمي ، في مجال العلاقات العامة، وإجراء البحوث القبلية ، أي قبل إعداد برامج العلاقات العامة ، والبعدية للتعرف على ما تم تحقيقه في مجال الإتصال بال جماهير والمشكلات التي تواجه هذا الإتصال
- 6- ينبغي على مسؤولي حزب الأفافاس ، وضع خطط مستقبلية ، متعلقة بالأهداف العامة أو الخاصة ، قابلة للتحقيق ، فيما يتعلق بأنشطة العلاقات العامة
- 7- ضرورة تفعيل إستراتيجية إتصالية ، مرنة و متغيرة و دائمة ، تعمل على تحقيق التنسيق و التفاهم المشترك ، بين مسؤولي الحزب و الشباب
- 8- ضرورة إستخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة بهذا الحزب ، لتحقيق الإنتشار والتوسع وإكتساب القاعدة الشعبية الكبيرة
- 9- إنشاء قناة تلفزيونية خاصة ، بحزب جبهة القوى الإشتراكية ، تتناول مختلف نشاطاته و فعالياته السياسية بكل مصداقية ، الأمر الذي يسهم في التعريف بهذا الحزب أكثر
- 10- ضرورة إقامة علاقات توأمة و تعاون ، بين حزب جبهة القوى الإشتراكية، وباقي الأحزاب الأخرى ، من خلال القيام بأنشطة و فعاليات ، تلقى الإيجاب و القبول ، بين جميع أفراد المجتمع

11- ضرورة تكثيف الدورات التكوينية ، في حزب جبهة القوى الإشتراكية ، من أجل تنمية الوعي السياسي والتنشئة السياسية ، لدى الشباب الجزائري.

12- ضرورة وضع صندوق للإقتراحات والشكاوي ، على مستوى مقر حزب جبهة القوى الإشتراكية ، من أجل تقديم الإقتراحات والشكاوي والانتقادات ، من طرف المواطنين تكريسا للديمقراطية التشاركية

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1-المصادر باللغة العربية :

1- القرآن الكريم

2-المراجع باللغة العربية:

2-الكتب

- 1- أبراش إبراهيم، علم الاجتماع السياسي ، (د- ط) ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، 1998
- 2- أبو أصبع صالح خليل، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني، (د-ط)، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 1998
- 3- أبو أصبع صالح خليل، الإتصال الجماهيري ، (د- ط) ، دار الشروق ، عمان، 2010
- 4- أبو رمان حسن، المرأة العربية والمشاركة السياسية، (د- ط)، دار سندباد للنشر، الأردن، 2000
- 5- إحسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الإجتماعي، (د- ط)، دار الطليعة مصر ، 1999
- 6- أحمد عبد الفتاح أحمد ،العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية (أسس و مبادئ) ط 2 ، المكتب العلمي للكمبيوتر للنشر و التوزيع ، الإسكندرية، 1997
- 7- آل سعود سعد ، الإتصال السياسي، (د- ط) ، دار الكتاب الحديث ، الرياض ، 2010
- 8- الأحمر مي ، الاحزاب السياسية و الإنتقال إلى الديمقراطية ، دليل القيادة و المنظمين والناشطين حول الأسلوب الديمقراطي لبناء الأحزاب ،(د- ط) ، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية ، لبنان ، 2004

- 9- الجوهري محمد محمود ، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة ، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1، القاهرة، 1971
- 10- الجوهري محمد محمود، العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام، (د-ط)، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 1968
- 11- الخزرجي تامر كامل محمد، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة ، دراسة معاصرة في إستراتيجية إدارة السلطة، (د- ط) ، دار مجدولاي، عمان، 2004
- 12- الخطيب سعاد راغب، مبادئ العلاقات العامة ، دار البلدية ناشرون وموزعون، (د- ط) عمان، 2009
- 13- الدوسكي دندار نجان شفيق ، التعددية الحزبية في الفكر الإسلامي الحديث ، ط 1 دار الزمان للطباعة والنشر والتوزيع ، دمشق ، سوريا ، 2009
- 14- السويدى محمد ، علم الاجتماع السياسي، ميدانه و قضاياها ، (د- ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990
- 15- الشاعر رمزي طه ، الإيديولوجية و أثارها في الأنظمة السياسية المعاصرة، (د- ط) دار النهضة ، القاهرة ، 1979
- 16- الشرقاوي سعاد ، الأحزاب السياسية (أهميتها ، نشأتها ، نشاطها)، (د- ط) ، مركز البحوث البرلمانية ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، 2005
- 17- الصحن محمد فريد، العلاقات العامة بين المبادئ و التطبيق، (د- ط)، الدار الجامعية مصر ، 2003
- 18- الظلاعين نضال ، نظريات الإتصال و الإعلام الجماهيري، (د- ط) ، دار الإعصار للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2016
- 19- العبد عاطف ، الدعاية ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، (د-ط)، دار الفكر العربي القاهرة ، 2003
- 20- العدوي فهمي محمد ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، (د- ط)، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، 2010
- 21- العمر معن خليل ، مناهج البحث في علم الاجتماع ، (د- ط) ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004
- 22- العمراوي زاكية، العلاقات العامة الصناعية الجزائرية ، (د- ط) ، علم إجتماع التنمية قسم إجتماع الديمغرافيا ، جامعة قسنطينة ، 2003

- 23- الغاني حسان محمد شفيق ، الأنظمة السياسية و الدستورية المقارنة ،(د- ط)، مطبعة جامعة بغداد ، بغداد ، 1986
- 24- الغزالي أسامة حرب ، الأحزاب السياسية في العالم الثالث، (د- ط) ، دار عالم المعرفة ، الكويت ، 1987
- 25- القسبي عبد الغفار رشاد ، الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي، (د- ط) ، مكتبة الآداب القاهرة، 2007
- 26- النشقبندي بارعة ، المشاركة السياسية للمرأة في الأردن وبعض الدول العربية ،(د- ط) المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، 2001
- 27- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات علمية- ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون ، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006
- 28- برغوث علي، العلاقات العامة : أسس نظرية و مفاهيم عملية ، (د- ط) ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، 2007
- 29- برو فيليب ، علم الإجتماع السياسي ، ترجمة : محمد عرب صاصيلا ،(د- ط) المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ،بيروت ، 1998
- 30- بن مسعود البشر محمد ، مقدمة في الإتصال السياسي ، ط 1 ، مكتبة العبيكان الرياض ، 1997
- 31- بهجت محمد ، الإتصال ووسائله في الخدمة الإجتماعية ،(د- ط)،المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1993
- 32- بوحوش عمار، محمد الذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط2 ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2001
- 33- بيرين إدوارد و آخرون ، العلاقات العامة فن،ترجمة:وديع فلسطيني خليفة،ط2 ،دار المعارف، القاهرة ، 1959
- 34- جمعة سعد ، الشباب و المشاركة السياسية،(د- ط) ، دار الثقافة للنشر و التوزيع مصر، 1984
- 35- جودة أحمد محفوظ ، إدارة العلاقات العامة : مفاهيم و ممارسات، (د- ط) ، مؤسسة زهران للنشر والتوزيع، عمان ، 1997
- 36- جودة محفوظ أحمد ، العلاقات العامة ، الطبعة الأولى ، دار زهران للنشر والتوزيع عمان ، 2003

- 37- حجازي مصطفى، الإتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ، (د- ط)، دار الطلبة بيروت 1998
- 38- حسان هشام ، منهجية البحث العلمي، ط2، دار الكتاب الجديد، القاهرة، 2007
- 39- حمدان محمد زايد، البحث العلمي كنظام ، ط 28، سلسلة التربية الحديثة، عمان، 1982
- 40- خير الدين حسن محمد ، الإعلان، (د- ط) ، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 2000
- 41- خيضر جميل أحمد ، العلاقات العامة ، ط 1 ، دار النشر المسيرة للنشر والتوزيع، عمان ، 1998
- 42- راسم محمد الجمال، معوض عباد خيرت، التسويق السياسي و الإعلام، الإصلاح السياسي في مصر، (د- ط)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005
- 43- ركان حبيب و آخرون ، مقدمة في وسائل الإتصال، (د- ط) ، مكتبة دار زهران الرياض 2001
- 44- زهران جمال علي ، الأصول الديمقراطية و الإصلاح السياسي ، ط 1 ، مطبعة الشروق الدولية ، مصر ، 2005
- 45- سلام إيهاب زكي، الرقابة السياسية على أعمال السلطة التنفيذية في النظام البرلماني (د- ط)، عالم الكتب ، القاهرة ، 1983
- 46- سلامة علي جمال، أصول العلوم السياسية، إقتراب واقعي من المفاهيم والمتغيرات (د- ط) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003
- 47- سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، (د- ط) ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1995
- 48- سمير حسن منصور، منهاج العلاقات العامة، (د- ط)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2005
- 49- شريط لامين ، الوجيز في القانون الدستوري و المؤسسات السياسية المقارنة ، ط6 ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008
- 50- شريف يونس طارق ، إدارة العلاقات العامة مفاهيم و مبادئ و سياسات ، ط 1 ، دار إثراء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008
- 51- شوميلي جان، ديني هوبسان ، العلاقات العامة، ترجمة: فريد أنطويس، (د- ط) منشورات عويدان، بيروت 1970

- 52- صخر محمد ، أزمة المشاركة السياسية في البلدان النامية ، (د- ط) ، جامعة دمشق سوريا، 2011
- 53- طلعت عيسى محمد ، العلاقات العامة كأداة للتنمية، (د-ط) ، دار المعارف ، مصر 1970
- 54- طلعت محمود منال ، العلاقات العامة بين النظري و التطبيق، (د-ط) ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، 2002
- 55- عبد الباقي إسماعيل عبد الفتاح ، معجم مصطلحات عصر العولمة ، (د- ط) ، دار النشر والثقافة والتوزيع، مصر، 2004
- 56- عبد الحمد محمد ، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير، (د- ط) ، عالم الكتب، القاهرة 2000
- 57- عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب ، القاهرة 2011
- 58- عبد الغاني محمد هلال ، مهارات التوعية و الإقناع ، (د- ط)، مركز التوجيه والتنمية مصر ، 1998
- 59- عبدالله محمد عبد الرحمان ، سوسيولوجيا الإتصال والإعلام، (د- ط) ، دار المعارف الجامعية ، مصر ، 2002
- 60- عبد الوهاب طارق محمد ، سيكولوجية المشاركة السياسية ، (د- ط) ، دار غريب للطباعة والنشر ، القاهرة ، 1999
- 61- عبودي علي ، الجبوري نعمة ، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، (د- ط) دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2016
- 62- عثمان سلوى، هناء حافظ بدري ، أبعاد العملية الإتصالية - رؤية نظرية و عملية واقعية- (د- ط) ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1999
- 63- عوجة علي ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، ط4 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000
- 64- عزوي محمد سليم محمد ، نظرات حول الديمقراطية ، (د- ط) ، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2000
- 65- عوض عدنان، مناهج البحث العلمي ، ط1، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 1994

- 66- عوض فاطمة وميرفيت خفاجة، أسس و مباديء البحث العلمي ، ط1، مكتبة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية، 2002
- 67- غربي علي ، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، (د- ط) ، مخبر علم إجتماع الإتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2010
- 68- غريب سيد أحمد ، علم الإجتماع و الإعلام و الإتصال، (د- ط) ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 1996
- 69- كامل نبيلة عبد الحليم ، الأحزاب السياسية في العالم المعاصر، (د- ط) ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1982
- 70- كلسن هانز ، الديمقراطية : طبيعتها و قيمتها، ترجمة : علي الحامصي،(د- ط)، المكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة ، 1953
- 71- لو كيا الهاشمي، السلوك التنظيمي، مخبر التطبيقات النفسية التربوية ، ط 2 ، دار المدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2006
- 72- محمد عبد الفتاح محمد ، العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية ، (د- ط) ، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية ، الإسكندرية ، 1994
- 73- مكي ثروت ، الإعلام و السياسة و الوسائل والمشاركة السياسية،(د- ط)، دار الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة ، القاهرة ، 2005 .
- 74- نافعة حسن ، علم السياسة ، ط2 ، مكتبة الشروق الدولية ، القاهرة ، 2014
- 75- ناجي عبد النور ، المدخل إلى علم السياسية،(د- ط) ، دار العلوم ، عنابة ، 2007
- 76- ناجي عبد النور ، تجربة الإنتخابات الجزائرية في نظام التعددية السياسية (1991-2007)، (د- ط) ، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2008
- 77- هوريبو أندريه ، القانون الدستوري والمؤسسات السياسية، ترجمة : علي مقلد ، ط 2 دار الأهلية للنشر و التوزيع ، لبنان ، 1988.

3- المعاجم والقواميس

- 1- ابن منظور، معجم لسان العرب، ط1، دار إحياء التراث العربي ، القاهرة ، 1999

- 2- الرازي محمد بن أبي بكر عبد القادر ، مختار الصحاح ،(د- ط) ، دار الرسالة ، الكويت
1982
- 3- العمري أحمد سويلم ، معجم العلوم السياسية الميسر ، (د- ط) ، مطابع الهيئة المصرية
القاهرة، 1985
- 4- بدوي احمد ، معجم العلوم الاجتماعية، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، مصر، 1984
- 5- بن هادية علي وآخرون ، القاموس الجديد للطلاب ، معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط7
المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997
- 6- مصطفى إبراهيم وآخرون ، المعجم الوسيط ، ط 2 ، دار الدعوة ، تركيا ، 1989

4- الموسوعات

- 1- حجاب منير، الموسوعة الإعلامية ، المجلد الخامس، دار الفجر للنشر، والتوزيع
القاهرة، 2007
- 2- محمود ربيع محمد، إسماعيل صبري، موسوعة العلوم السياسية،(د- ط)، جامعة
الكويت، الكويت، 1994

5- المجلات والدوريات

- 1- الشيباني دغمان المهدي، "الأحزاب السياسية إلتفاته سوسولوجية" ، المجلة الجامعة
العدد 16 ، كلية الآداب ، قسم العلوم الإجتماعية ، جامعة الزيتونة ، ليبيا ، 2014
- 2- الموسوي جاسم محمد فلحي، "العلاقات العامة في المكتبات و مراكز المعلومات"
المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك ، مجلة العلوم الإجتماعية ، العدد 29
بغداد ، 2001
- 3- بودهان لامين، "هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الخاصة"، مجلة
العلوم الإنسانية ، العدد 29 ، جامعة بجاية ، 2016
- 4- ظاهر أحمد جمال، "إتجاهات التنشئة السياسية والإجتماعية في المجتمع الأردني"-
دراسة ميدانية لمنطقة شمال الأردن- مجلة العلوم الإجتماعية ، العدد 3 ، الأردن، 1986

6- الأطروحات والرسائل الجامعية

أ- أطروحات الدكتوراه

1-الجمعي النوي ، المسألة الإجتماعية في برنامج الأحزاب السياسية في الجزائر ، المسألة الإجتماعية في برامج الأحزاب السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة،كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، جامعة منتوري ، قسنطينة،2010

2-بن ققة سعاد،المشاركة السياسية للمرأة في الجزائر - أليات التقنين الأسري نموذجاً (1962-2005)-أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإجتماع ، تخصص علم إجتماع التنمية ،كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ،قسم العلوم الإجتماعية ،جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2012

3-جميلي بوبكر ،الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر،رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإجتماع، تخصص علم إجتماع التنمية ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم علم الإجتماع ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2000

4- حمداد صحبية ،المشاركة السياسة للمرأة الجزائرية- مدينة وهران نموذجاً-أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإجتماع،تخصص علم الإجتماع السياسي،كلية العلوم الإجتماعية قسم علم الإجتماع ، جامعة وهران ، 2016

5- خاوة الطاهر،دورالأحزاب السياسية في التحديث والمشاركة في بلدان المغرب العربي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، تخصص علاقات دولية، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية، قسم العلاقات الدولية ،جامعة الجزائر 3 ، 2014

ب- رسائل الماجستير

1-بادي سامية ،المرأة والمشاركة السياسية- التصويت العمل الحزبي العمل النيابي- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم إجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم علم الإجتماع ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2005

2- بن صالح جعفر ، الإتصال السياسي في الجزائر ، المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الخبر و الشعب ، نموذجاً رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة وهران، 2013

- 3-بوخميس لقوي، العلاقات العامة في الحزب السياسي ، المكتب الولائي لحزب جبهة التحرير الوطني ، بسكيكدة - أنموذجا ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، تخصص علم إجتماع الإتصال والعلاقات العامة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الإجتماعية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2012
- 4-بوخناف هشام ، وظيفة العلاقات العامة و إنعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية - دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، تخصص علاقات عامة، كلية الأدب والعلوم الإجتماعية والسياسية، قسم علم الاجتماع ، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011
- 5-عودة ياسر علي محمد ، المشاركة السياسية -الإتجاه والممارسة وعلاقتها بالمسؤولية الإجتماعية وتأثير الأقران لدى طلبة القدس المفتوحة- رسالة لنيل شهادة الماجستير في تخصص علم النفس ، الإرشادالنفسي،كلية التربية،الجامعة الإسلامية،عزة،فلسطين،2014
- 6-غاروحسينة ، دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة – دراسة حالة الجزائر (1997 – 2007) – رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص تنظيمات سياسية ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، قسم العلوم السياسية جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012
- 7- فتاح كمال، دور الأحزاب السياسية في التنمية السياسية المحلية- دراسة حالة أحزاب التحالف الرئاسي ولاية معسكر-رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية،كلية الحقوق و العلوم السياسية،قسم العلوم السياسية ، والعلاقات الدوليةجامعة وهران،2012
- 8-نفيسة فاطمة،العلاقة بين النسق القيمي والدور الإجتماعي لدى المرأة التارقية- دراسة ميدانية بمدينة تمنراست- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس،تخصص علم النفس الإجتماعي، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ،قسم علم النفس،جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2007

7-المقابلات

1- مقابلة مع السيد:كمال معمر،السكرتير المكلف بالإعلام والإتصال على مستوى المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشرافية ، بمقر الحزب الولائي بتيزي وزو، يوم 2ماي 2019، الساعة: 14:00

2-مقابلة مع السيد: مقران فتحي، عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الإشرافية بمقر المكتب الولائي للحزب بولاية تيزي وزو، يوم12سبتمبر 2019 على الساعة: 12:00

3- مقابلة مع السيد: شريف مولبوسي ، عضو في المكتب الولائي بحزب جبهة القوى الإشرافية،بمقر الحزب الولائي ، ولاية تيزي وزو، يوم 2ماي2019 ، الساعة:14:00

4-مقابلة مع السيد:إبراهيم ملاح ، مناضل بحزب جبهة القوى الإشرافية ،ذراع بن خدة،يوم 25ماي،2019،الساعة:17:00

5- مقابلة مع السيد:كمال علو،مناضل بحزب جبهة القوى الإشرافية،ذراع بن خدة،يوم28ماي2019،الساعة:10:00

المراجع باللغة الأجنبية

1- Bergstrom Liza ، political participation aqualitative studyof citizen in hongkong،thesis doctorat in political science ، china 2006

2-Hofmeinsen Wilhem and Karsten Grabow، political parties،functions And organisation in democratic societies library cataloguing in publication data ، Singapore ،2011

3-Kaymond hundou ، Poitier CHrisian ، politique et société revue N :3 ، universitémonréale ، canada ، 2008

4-Nouris pippa ،political communication ،encyclopedia of the social sciences ، harvard university ،usa ،2004

8-المواقع الإلكترونية

1- منى عليوة محمود، مفهوم المشاركة السياسية ، مركز الدراسات النظرية والحقوق المدنية، دمشق، 2008

الموقع: www.UCAM/MA/FSJES/Bibli تاريخ الزيارة: 24 فيفري 2019 الساعة: 18:00

الملاحق

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام و الإتصال

ملحق رقم 1



إستمارة الإستبيان

حول موضوع:

دور العلاقات العامة بالأحزاب السياسية في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب
الجزائري

-دراسة وصفية مسحية على عينة من الشباب المتفاعلين مع حزب جبهة القوى
بولاية تيزي وزو الإشتراكية

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال

تخصص: إتصال تنظيمي

هذه الإستمارة تعد أداة بحث مهمة في دراستنا التي تدرج في إطار التحضير لنيل شهادة
الماستر تخصص إتصال تنظيمي.

وعلى هذا الأساس نرجو منكم المساعدة بإجاباتكم الموضوعية و الدقيقة على الأسئلة التي
تتضمنها هذه الإستمارة، و نحيطكم علما بأن المعلومات التي ستدلون بها، ستكون في سرية
تامة، و لا تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

المطلوب منكم:

1- القراءة المتأنية لكل سؤال.

2- وضع علامة × داخل إطار للإجابة المناسبة.

تحت إشراف الأستاذة:

-فروجة موساوي

من إعداد الطالبين

- صفيان عمارة

- كهينة لعزري

السنة الجامعية: 2018-2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

-الجنس: ذكر أنثى

- السن:

من 18 إلى 23 سنة من 24 سنة إلى 29 سنة من 30 سنة إلى 35 سنة

- المستوى التعليمي:

إبتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الثاني: الإهتمام السياسي و الشباب:

1- هل تتابع الأحداث السياسية؟

غالبا أحيانا نادرا

2- ما هو المصدر الذي تحصل منه على معلوماتك السياسية؟

التلفزيون الجرائد الانترنت الإذاعة

الإتصال الشخصي الملتقيات الندوات

أخرى أذكرها.....

3- مع من تناقش المواضيع السياسية التي تتلقاها؟

أفراد العائلة زملاء العمل أو الدراسة الأصدقاء

ممثلي الأحزاب السياسية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

أخرى أذكرها.....

4- هل أنت منخرط في:

حزب سياسي جمعية نقابة تنظيم طلابي

أخرى أذكرها.....

5- إذا كانت إجابتك بـ (نعم) فهل يعود السبب إلى:

الإقتناع ببرامجه إنتماء أحد أفراد العائلة لأي تنظيم تحقيق مصلحة شخصية

أخرى أذكرها.....

6- ما هي مواصفات السياسي المثالي في رأيك؟

مناضلا في حزب سياسي متعلما لديه مهارات الإتصال نزيها
أخرى أذكرها.....

7- هل تعتقد أن الشباب الجزائري على مستوى عالي من الوعي السياسي؟

نعم لا

8- هل تؤمن بتعدد الآراء و إختلافها؟

نعم لا

9- كيف تقيم معرفتك السياسية؟

ضعيفة متوسطة قوية

10- هل سبق لك حضور الجامعة الصيفية لحزب سياسي معين؟

نعم لا

المحور الثالث: المشاركة السياسية للشباب الجزائري

11- ماذا تعني لك المشاركة السياسية؟

الإخراط في الأحزاب السياسية الترشح للإنتخابات مناقشة القضايا السياسية

حضور تجمعات حزبية الإخراط في الجمعيات و المنظمات

المشاركة في المسيرات الإضراب عن العمل أو الدراسة

أخرى أذكرها.....

12- هل تشارك في تجمعات و لقاءات حزبية؟

نعم لا

13- هل لديك بطاقة إنتخاب؟

نعم لا

14- هل سبق لك المشاركة في الإنتخابات؟

نعم لا

15- هل شاركت في حملة إنتخابية؟

نعم لا

16- إذا كنت قد شاركت في هذه الحملة فما هو السبب؟

لاكتساب خبرة سياسية من أجل تحقيق مصلحة شخصية

يدافع من جهات مقربة (أسرة، أصدقاء) مشاركة عفوية

أخرى أذكرها.....

17- إذا لم تنشط و لم تشارك في الحملات الإنتخابية هل لأنك:

لا تهتم بالسياسة أصلا ظروفك لا تسمح بذلك لا منفعة ترجى منها

لا جدوى من هذه الحملات

18- ما رأيك في مستوى المشاركة السياسية للشباب:

ضعيفة متوسطة قوية

19- إذا كان مستوى المشاركة السياسية للشباب قوي يعود ذلك:

لوجود أحزاب قوية الثقة في النظام السياسي الرغبة في التغيير

أخرى أذكرها.....

20- هل تعتقد أن عدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية سببه:

غياب التنشئة الاجتماعية غياب الوعي السياسي قلة فعالية المؤسسات السياسية

عدم وجود حريات سياسية تراجع دور العلاقات العامة بالأحزاب

أخرى أذكرها.....

المحور الرابع: دور العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب

21- هل تعتقد أن إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية؟

واضحة غامضة غير منظمة

فسر ذلك.....

22- ما هي الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية من أجل

دفع الشباب للمشاركة السياسية؟

التثقيف بالمعلومات السياسية تزويد الشباب بالمعلومات حول برامج الحزب

تكوين الإتجاهات تجاه الأحزاب السياسية التنسيق بين أعضاء الحزب السياسي والشباب

تقييم و تقويم برامج الأحزاب السياسية

البحث عن أساليب التأثير و إقناع الشباب بأفكار الحزب

أخرى أذكرها.....

23- هل برامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية؟

مؤقتة دورية دائمة

إقتراحات أخرى أذكرها.....

24- هل القيام بالتخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية؟

مهم غير مهم

25- إذا كان التخطيط مهم فهل تكمن أهميته في:

تحديد الرؤية الإستراتيجية لبرامج حزب جبهة القوى الاشتراكية

إعتبار العنصر الأساسي لنجاح برامج العلاقات العامة

المساهمة في تحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع

أخرى أذكرها.....

26- تكمن قدرة حزب جبهة القوى الإشتراكية في إقناعك بالمشاركة السياسية من خلال

التاريخ العريق أو المشرف للحزب؟

نعم لا

27- في كلتا الحالتين فسر لماذا.....

28- هل قرارات حزب جبهة القوى الإشتراكية ونشاطاته لها مصداقية بالنسبة لك؟

غالبا أحيانا نادرا

29- هل يستعين حزب جبهة القوى الإشتراكية بوسائل الإعلام لتغطية مختلف الأنشطة

والفعاليات الحزبية؟

نعم لا

30- هل يعتمد حزب جبهة القوى الإشتراكية على التظاهرات الرياضية و الإجتماعية

لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية؟

نعم لا

31- ما هي اللغة التي يستخدمها حزب جبهة القوى الإشتراكية عند الإتصال و مواجهة

الشباب؟

اللغة العربية الفصحى اللغة العامة اللغة الأمازيغية

اللغة الفرنسية جميعها

32- ما هي الوسائل الإتصالية التي يعتمد عليها حزب جبهة القوى الإشتراكية لشرح برامجها السياسية؟

الإتصال الشخصي الإعلانات الانترنت ومواقع التواصل الإجتماعي
التلفزيون الإذاعة الملتقيات التقارير النشريات
أخرى أذكرها.....

33- ما مدى إستخدام حزب جبهة القوى الإشتراكية لهذه التقنيات الإتصالية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية

ضعيفة متوسطة قوية

34- هل ترى أن هذه الوسائل الإتصالية ناجعة لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية؟
نعم لا

35- في حالة الإجابة بلا إلى ماذا يعود.....

36- ما هي الأدوار التي يقوم بها القائم بالإتصال في حزب جبهة القوى الإشتراكية للتأثير على الوعي السياسي للشباب الجزائري؟

لتنقيف و نشر المعلومات شرح سياسة وبرامج الحزب
الدفاع عن مصلحة الحزب إختيار الألفاظ المناسبة للتأثير
أخرى أذكرها.....

37- ما هي أهم المعايير التي تعتقد أنها تتوفر لدى القائم بالإتصال في حزب جبهة القوى الإشتراكية؟

التخصص في الإتصال القدرة على مواجهة الأزمات
التحلي بروح المبادرة و المسؤولية الحيوية و النشاط
أخرى أذكرها.....

38- هل يمدك مكتب العلاقات العامة لحزب جبهة القوى الإشتراكية بالمعلومات السياسية التي تسمح لك بالمشاركة السياسية؟

نعم لا

39- في حالة الإجابة بنعم فما طبيعة هذه المعلومات؟

معلومات حول رئيس الحزب معلومات حول إتجاهات الحزب و مواقفه
معلومات حول تاريخ الحزب و إنجازاته معلومات حول القضايا السياسية بصفة عامة
إقتراحات أخرى.....

40- هل ساهمت العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية في دفعك للإنتخاب؟

نعم لا

41- إذا كانت الإجابة بنعم فهل كان ذلك من خلال الإشارة؟

أهمية عملية التصويت أهمية إتخاذ القرار أهمية ممارسة السلطة
ممارسة حقك في التغيير و المشاركة

أخرى أذكرها.....

42- هل حفزك العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية على التعبير عن إتجاهات
السياسية؟

نعم لا

43- إذا كانت إجابتك بنعم فهل كان ذلك من خلال دعوتك؟

للمشاركة في مظاهرات للمشاركة في مسيرات لنشر أفكارك على موقع حزب
مناقشة رئيس الحزب و مسؤوليه

أخرى أذكرها.....

44- ما هي الإقتراحات الأخرى الموجهة إلى حزب جبهة القوى الاشتراكية من أجل
الاستخدام الامثل لمكتب العلاقات العامة بهدف تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب
الجزائري؟

.....
.....
.....

ملحق رقم 2

2- دليل المقابلة مع السكرتير والمكلف بالإعلام و الإتصال ، على مستوى المستوى المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو، السيد: كمال معمر

س1: ما هي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

س2: ماهي الأهداف التي يسعى حزبكم إلى تحقيقها من خلال العلاقات العامة؟

س3: ماهي البرامج والأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة في حزب جبهة القوى الاشتراكية؟

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة من طرف حزبكم السياسي

من أجل تحفيز الشباب كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم السياسي في نشر الوعي السياسي عند الشباب

س5: كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم السياسي في نشر الوعي السياسي عند الشباب الجزائري ؟

س6: كيف يتم التنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

س7: كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى الشباب الجزائري ؟

س8: ماهي الإستراتيجية الإتصالية الخاصة لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري؟

س9: كيف تساهم وظائف العلاقات العامة من إعلام وتنسيق وتخطيط بين مسؤولي حزب الأافاس في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

س10: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزبكم خلال تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ملحق رقم 3

3- دليل مقابلة مع مقابلة مع عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية، بتيزي وزو

السيد: فتحي مقران

س1: ماهي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

س2: ماهي الأهداف التي يسعى حزبكم الأفافاس إلى تحقيقها من خلال العلاقات العامة؟

س3: ماهي البرامج والأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة في حزب جبهة القوى الاشتراكية ؟

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة من طرف حزبكم السياسي من أجل تحفيز الشباب على المشاركة السياسية ؟

س5: كيف تساهم وظائف العلاقات العامة من إعلام وتنسيق بين مسؤولي الحزب، في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري

س6: كيف يتم التنسيق بين أعضاء حزب الأفافاس، والجمهور الخارجي عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

س7: هل لديكم إستراتيجية إتصالية معدة خصيصا لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

س8: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

س9: ما هي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس عند الإتصال، ومواجهة الشباب بهدف دفعه للمشاركة السياسية ؟

س10: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزبكم، لتطبيق برامج العلاقات العامة ؟

ملحق رقم 4

4- دليل مقابلة مع عضو المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بتيزي وزو السيد: مولبوسي شريف .

س1: ماهي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

س2: ماهي الأهداف التي يسعى حزب الأفافاس إلى تحقيقها من خلال مكتب العلاقات العامة ؟

س3: ماهي البرامج والأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة، في حزب القوى الاشتراكية ؟

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة بتحفيز وحث الشباب على المشاركة ؟

س5: كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم، في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

س6: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

س7: ماهي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس، عند إتصاله ومواجهته للشباب بهدف دفعه للمشاركة السياسية ؟

س8: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزب الأفافاس، لتطبيق برامج العلاقات العامة؟

ملحق رقم 5

5- دليل مقابلة مع مناضل حزب جبهة القوى الاشتراكية، بذراع بن خدة

السيد: ملاح إبراهيم

- س1: ماهي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟
- س2: ماهي الأهداف التي يسعى إليها حزبكم، من خلال مكتب العلاقات العامة ؟
- س3: ماهي الأنشطة والبرامج المتعلقة بالعلاقات العامة في حزب الأفافاس ؟
- س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة بحزبكم، لتحفيز وحث الشباب على المشاركة السياسية ؟
- س5: كيف تساهم العلاقات العامة بحزبكم، في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟
- س6: كيف يتم التنسيق بين أعضاء الحزب، والجمهور الخارجي، عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟
- س7: كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية لحزبكم السياسي لدى الشباب الجزائري ؟
- س8: هل لديكم إستراتيجية إتصالية معدة خصيصا، لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟
- س9: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟
- س10: ماهي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس عند إتصاله ومواجهته للشباب، بهدف دفعه للمشاركة السياسية ؟
- س11: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزب الأفافاس لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

6- دليل مقابلة مع مناضل حزب جبهة القوى الإشتراكية ، السيد :كمال علو

س1: ماهي الأهمية التي يوليها حزبكم للعلاقات العامة ؟

س2: ماهي الأهداف التي يسعى إليها حزبكم من خلال مكتب العلاقات العامة ؟

س3: ماهي الأنشطة والبرامج المتعلقة بالعلاقات العامة، في حزبكم السياسي ؟

س4: ماهي الوسائل الإتصالية المستخدمة في العلاقات العامة، لتحفيز وحث الشباب على المشاركة السياسية ؟

س5: كيف يتم التنسيق بين أعضاء الحزب والجمهور الخارجي، عند تطبيق برامج العلاقات العامة ؟

س6: كيف تساهم العلاقات العامة في تكوين صورة ذهنية إيجابية، لحزبكم السياسي لدى الشباب الجزائري ؟

س7: هل لديكم إستراتيجية إتصالية معدة خصيصا لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

س8: هل يعتمد حزب الأفافاس على التظاهرات الرياضية والإجتماعية، لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية ؟

س9: ماهي اللغة التي يستخدمها حزب الأفافاس عند الإتصال ومواجهة الشباب بهدف دفعه السياسية ؟

س10: ماهي المعوقات الإتصالية التي يواجهها حزبكم لتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري ؟

فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ- ب- ج- د	مقدمة عامة
الإطار المنهجي للدراسة	
ص 7	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
ص 10	2- أسباب إختيار الموضوع
ص 11	3- أهمية الدراسة
ص 12	4- أهداف الدراسة
ص 13	5- نوع الدراسة
ص 14	6- منهج الدراسة وأدواته
ص 17	7- مجتمع الدراسة و العينة
ص 19	8- مفاهيم الدراسة
ص 25	9- الدراسات السابقة
الإطار النظري	
الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة	
ص 31	تمهيد للفصل
ص 32	المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة
ص 35	المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة
ص 37	المبحث الثالث: أهمية العلاقات العامة
ص 38	المبحث الرابع: أنواع العلاقات العامة
ص 41	المبحث الخامس: وظائف العلاقات العامة

ص 42	المبحث السادس: عوامل نجاح العلاقات العامة
ص 44	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: ماهية الإتصال السياسي	
ص 46	تمهيد للفصل
ص 47	المبحث الأول: مفهوم الإتصال السياسي
ص 50	المبحث الثاني: مستويات الإتصال السياسي
ص 53	المبحث الثالث: عناصر الإتصال السياسي
ص 57	المبحث الرابع: المداخل النظرية لدراسة الإتصال السياسي
ص 58	المبحث الخامس: وظائف الإتصال السياسي
ص 61	المبحث السادس: العلاقة بين الإتصال والسياسة
ص 63	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: ماهية الأحزاب السياسية	
ص 65	تمهيد للفصل
ص 66	المبحث الأول: مفهوم الأحزاب السياسية
ص 69	المبحث الثاني: تصنيفات الأحزاب السياسية
ص 71	المبحث الثالث: أهداف الأحزاب السياسية
ص 73	المبحث الرابع: خصائص الأحزاب السياسية
ص 75	المبحث الخامس: وظائف الأحزاب السياسية
ص 78	المبحث السادس: علاقة الأحزاب السياسية بالإتصال
ص 79	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: ماهية المشاركة السياسية	
ص 81	تمهيد
ص 83	المبحث الأول: مفهوم المشاركة السياسية
ص 87	المبحث الثاني: أهمية المشاركة السياسية

ص 88	المبحث الثالث:دوافع المشاركة السياسية
ص 89	المبحث الرابع:خصائص المشاركة السياسية
ص 90	المبحث الخامس:متطلبات المشاركة السياسية الفاعلة
ص 92	المبحث السادس:العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية
ص 95	المبحث السابع:معوقات المشاركة السياسية
ص 97	خلاصة الفصل
الإطار التطبيقي للدراسة عرض وتحليل المعلومات والبيانات المتعلقة بالدراسة	
ص 100	تمهيد
ص 101	1-نبذة تاريخية عن المكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بنتيزي وزو
ص 103	2-الهيكل التنظيمي للمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بنتيزي وزو
ص 104	3-أهداف العلاقات العامة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بنتيزي وزو
ص 105	4-وسائل الإتصال المستخدمة بالمكتب الولائي لحزب جبهة القوى الاشتراكية بنتيزي وزو
ص 107	5-مجتمع البحث وعينته
ص 108	6-التحليل الكمي والكيفي للجداول
ص 108	1-التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة
ص 155	2-التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة
ص 192	7- عرض المقابلات و التعليق عليها
ص 217	8- عرض نتائج الدراسة
ص 217	1-عرض النتائج الجزئية
ص 220	2- عرض النتائج العامة
ص 223	خلاصة الدراسة
ص 224	التوصيات والإقتراحات

	قائمة المصادر المراجع
	الملاحق
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول

فهرس الجداول البسيطة و المركبة:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول رقم 1	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	ص 108
الجدول رقم 2	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	ص 109
الجدول رقم 3	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	ص 110
الجدول رقم 4	مدى الاهتمام بالسياسة	ص 111
الجدول رقم 5	مصادر الحصول على المعلومات السياسية	ص 112
الجدول رقم 6	الأطراف المعنية لنقاش المواضيع السياسية المتقاة	ص 113
الجدول رقم 7	أهم التنظيمات المعنية بالإنخراط	ص 114
الجدول رقم 8	أسباب الإنخراط في هذه التنظيمات	ص 115
الجدول رقم 9	مواصفات الرجل السياسي	ص 116
الجدول رقم 10	مدى وجود المستوى العالي من الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري	ص 117
الجدول رقم 11	مدى الإيمان بتعدد الآراء لدى الشباب الجزائري	ص 118
الجدول رقم 12	مستوى الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري	ص 119
الجدول رقم 13	مدى الحضور لفعاليات الجامعة الصيفية لحزب سياسي معين	ص 120
الجدول رقم 14	مدلولات المشاركة السياسية	ص 121

ص123	مدى المشاركة في التجمعات واللقاءات الحزبية	الجدول رقم 15
ص124	مدى إمتلاك بطاقة الناخب من عدمه	الجدول رقم 16
ص125	مدى المشاركة في الإنتخابات	الجدول رقم 17
ص126	مدى المشاركة في الحملات الانتخابية	الجدول رقم 18
ص127	أسباب المشاركة في الحملات الانتخابية	الجدول رقم 19
ص128	أسباب عدم التنشيط والمشاركة في الحملات الانتخابية	الجدول رقم 20
ص129	مستوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري	الجدول رقم 21
ص130	أسباب قوة المشاركة السياسية للشباب الجزائري	الجدول رقم 22
ص131	أسباب عدم مشاركة الشباب في الحياة السياسية	الجدول رقم 23
ص132	خصائص إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية	الجدول رقم 24
ص133	دور وظائف العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في تفعيل المشاركة السياسية لدى لشباب الجزائري	الجدول رقم 25
ص135	الفترة الزمنية لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية	الجدول رقم 26
ص136	أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية	الجدول رقم 27
ص137	أسباب أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية	الجدول رقم 28
ص138	مدى قدرة حزب جبهة القوى الإشتراكية في إقناع الشباب بالمشاركة السياسية من خلال التاريخ العريق و المشرف للحزب	الجدول رقم 29

139ص	مدى مصداقية قرارات و نشاطات حزب جبهة القوى الاشتراكية بالنسبة للشباب الجزائري	الجدول رقم 30
140ص	مدى إستعانة حزب جبهة القوى الإشتراكية بوسائل الإعلام لتغطية مختلف الأنشطة و الفعاليات الحزبية	الجدول رقم 31
141ص	مدى إعتقاد حزب جبهة القوى الإشتراكية على التظاهرات الرياضية والاجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية	الجدول رقم 32
142ص	اللغات المستخدمة لدى حزب جبهة القوى الإشتراكية عند الإتصال ومواجهة الشباب	الجدول رقم 33
143ص	الوسائل الإتصالية المعتمدة لدى حزب جبهة القوى الإشتراكية لشرح برامجها السياسية	الجدول رقم 34
145ص	مدى إستخدام حزب جبهة القوى الإشتراكية للوسائل الاتصالية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية	الجدول رقم 35
146ص	مدى نجاعة الوسائل الإتصالية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية	الجدول رقم 36
147ص	دور القائم بالاتصال بحزب جبهة القوى الإشتراكية في التأثير على الوعي السياسي للشباب الجزائري	الجدول رقم 37
148ص	المعايير الواجب توفرها لدى القائم بالإتصال بحزب جبهة القوى الإشتراكية	الجدول رقم 38
149ص	مدى إمداد مكتب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية الشباب بالمعلومات السياسية التي تسمح لهم بالمشاركة السياسية	الجدول رقم 39
150ص	طبيعة المعلومات السياسية المقدمة من قبل مكتب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية بهدف تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري	الجدول رقم 40
151ص	مدى مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في دفع الشباب للإنتخاب	الجدول رقم 41
152ص	كيفية مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في دفع الشباب للإنتخاب	الجدول رقم 42
153ص	مدى تحفيز العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في تعبير الشباب عن إتجاهاته السياسية	الجدول رقم 43
154ص	أساليب العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية في تحفيز الشباب في التعبير عن إتجاهاته السياسية	الجدول رقم 44
155ص	علاقة متغيرات الدراسة بطبيعة إستراتيجية العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الإشتراكية	الجدول رقم 45

ص159	علاقة متغيرات الدراسة بالوظائف الخاصة بالعلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية من أجل دفع الشباب للمشاركة السياسية	الجدول رقم 46
ص162	علاقة متغيرات الدراسة بأهمية القيام بالتخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة الاشتراكية	الجدول رقم 47
ص165	علاقة متغيرات الدراسة بأسباب أهمية التخطيط لبرامج العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية	الجدول رقم 48
ص168	علاقة متغيرات الدراسة بمدى اعتماد حزب جبهة القوى الاشتراكية على التظاهرات الرياضية والإجتماعية لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية	الجدول رقم 49
ص171	علاقة متغيرات الدراسة بمستوى استخدام حزب جبهة القوى الاشتراكية لتقنيات الإتصال لإقناع الشباب بالمشاركة السياسية	الجدول رقم 50
ص175	علاقة متغيرات الدراسة بمدى نجاعة الوسائل الاتصال بحزب جبهة القوى الاشتراكية	الجدول رقم 51
ص178	علاقة متغيرات الدراسة بدورالقائم بالاتصال بحزب جبهة القوى الاشتراكية للتأثير على الوعي السياسي للشباب الجزائري	الجدول رقم 52
ص181	علاقة متغيرات الدراسة بمدى إمداد مكتب العلاقات العامة بحزب الأفااس للشباب بالمعلومات السياسية من أجل تحقيق المشاركة السياسية	الجدول رقم 53
ص184	علاقة متغيرات الدراسة بمدى مساهمة العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية في دفع الشباب للإنتخاب	الجدول رقم 54
ص187	علاقة متغيرات الدراسة بمدى تحفيز العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية الشباب للتعبير عن إجتاهاتهم السياسية	الجدول رقم 55
ص189	علاقة متغيرات الدراسة بكيفية تحفيز العلاقات العامة بحزب جبهة القوى الاشتراكية الشباب تعبير على إجتاهاتهم السياسية	الجدول رقم 56